المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية

قسم بحوث
المجتمعات الريفية والصحراوية

قسم بحوث
الاتصال الجماهيرى والثقافة



مستقبل القرية المصرية

فعاليات بناء الاتصال في القرية المصرية

الواقع والتصور المستقبلى

التقرير الثانى

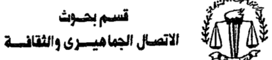
الدكتور عبدالفتاح عبدالنبى

القاهرة
١٩٩٥

المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية

قسم بحوث
المجتمعات الريفية والصحراوية




قسم بحوث
الاتصال الجماهيرى والثقافة

مستقبل القرية المصرية

فعاليات بناء الاتصال فى القرية المصرية

الواقع والتصور المستقبلى

التقرير الثانى

الدكتور عبدالفتاح عبدالنبى

القاهرة
١٩٩٥

تصدير

يسعدنا أن نقدم اليوم - فى إطار ذلك المشروع البحثى "مستقبل القرية المصرية" الذى يتبناه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية - إلى المتخصصين والمخططين وواضعى السياسات الإعلامية ، عملا متميزا يستهدف استشراف الأفق المستقبلى لفاعلية بناء الاتصال فى القرية المصرية ، وذلك من خلال تحليل علمى وإمبيريقى لواقع بناء الاتصال فى القرية المصرية من ناحية ، وطرح للتصورات المستقبلية من ناحية أخرى .

وينطوى العمل على مقدمة منهجية ومدخل وأربعة فصول : يختص الفصل الأول بقراءة نقدية وتحليلية للبحوث الإعلامية فى القرية المصرية ، ويطرح الفصل الثانى الإطار المنهجى للبحث ، ويعالج الفصل الثالث بناء الاتصال فى القرية المصرية من واقع الدراسة الميدانية ، أما الفصل الرابع فيُكرّس لمناقشة النتائج وتصور الآفاق المستقبلية .

ويكشف هذا العمل العلمى عن جهد متميز قام به فريق البحث المركزى وفرقه الفرعية تحت إشراف الأستاذة الدكتورة نادية سالم ، التى لم تأل جهدا فى متابعة هذا العمل حتى خرج بهذه الصورة المتميزة .

ونحن إذ نشكر هيئة البحث بقيادة الأستاذة الدكتورة نادية سالم والأستاذ الدكتور خليل صابات مستشار البحث ، لايسعنا إلا أن نعترف بالفضل للمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ذلك الصرح القومى للبحث الاجتماعى الذى يتبنى دائما بكل الدعم والرعاية المشروعات البحثية الكبرى التى تخدم مختلف القضايا الوطنية والقومية ، رصدا وتحليلا ، وبحثا .

المشرف على مجموعة بحوث
مستقبل القرية المصرية

محمـــود عـــودة

أعضاء هيئة البحث

هيئة البحث

الأستاذة الدكتورة نادية سالم	مشرفا
الأستاذ الدكتور خليل صابات	مستشارا للبحث
الدكتورة ليلى عبد المجيد	عضوا
الدكتور عبد الفتاح عبد النبى	عضوا وقام بكتابة التقرير
سوسن فايد	عضوا وسكرتيرا فنيا عام ١٩٩٠
عزة صديق	عضوا
نازك عاشور	عضوا وسكرتيرا فنيا وقامت بالأعمال الإحصائية

فريق توثيق الدراسات السابقة

الدكتور عاطف العبد

الدكتور عبد الفتاح عبد النبى

أحمد محمود

سيد بخيت

فريق الدراسة الميدانية

الدكتور عبد الفتاح عبد النبى نـــــازج عاشـــــور	قاما بالتدريب وأشرفا على التطبيق الميدانــى
محمـــد الضبـــع أيمـــن عبـــاس	قامـا بالمراجعـة المكتبيـة ومراجعـة البيانـات

عـــزة صديـــق

عبد الرحمـن أحمـــد

أشـــرف حامـــد

منـــال زكريـــا

وفـــاء فـــؤاد

أيمـــن البحيـــرى

حســن عبـد الفتـــاح

أمانـــى رمضـــان

المحتويات

الصفحة

مقدمة البحث

هذا التقرير هو التقرير الثانى فى إطار سلسلة تقارير بحث البناء الاتصالى بالقرية المصرية المنبثق من البحث الكبير "مستقبل القرية المصرية" . ويقوم بحث البناء الاتصالى على ثلاثة محاور أساسية : المحور الأول يتضمن قضايا القرية المصرية فى وسائل الاتصال الجماهيرى . والمحور الثانى يتعلق بوصف وتشخيص مكونات البناء الاتصالى بالقرية المصرية وتحديد فعالياته على أرض الواقع . أما المحور الثالث فيهتم بتحليل السياسات الإعلامية والخطاب العام الموجه إلى القطاع الريفى .

ولقد روعى فى التخطيط لبحث البناء الاتصالى بالقرية المصرية ، البدء بإجراء مراجعة نقدية للبحوث والدراسات الإعلامية التى أجريت بالقرية المصرية على امتداد الحقب الماضية ، وقد ساعد ذلك فى تدعيم الرؤية النظرية والمنهجية لهذا البحث وفى تطويره لهذه الدراسات . وقد تمثل هذا التطوير فى :

١ – النظرة التكاملية لمجمل النشاط الاتصالى فى القرية المصرية عوضا عن النظرة الجزئية التى تهتم بأداة أو وسيلة واحدة أو حتى عدة وسائل ، حيث يهتم بحث البناء الاتصالى بأدوات : التليفزيون ، والراديو ، والجرائد ، والمجلات القومية ، والإذاعات المحلية ، والتسجيل ، والفيديو ، وكذا قنوات الاتصال الجمعى ، والشخصى بالقرية . ومثل هذا الشمول فى التفاعل مع النشاط الاتصالى ، لا يساعد فقط على تدعيم القدرة على تحديد مراكز

وأدوار كل وسيلة إعلامية فى مجتمع القرية ، ولكن أيضا فى فهم مدى التكامل أو التنافر فى مكونات البناء الاتصالى ، وبالذات العلاقة بين قنوات الاتصال الجماهيرى وقنوات الاتصال الشخصى .

٢ - التعدد المنهجى للبحث بوصف وتحليل مكونات وفاعليات البناء الاتصالى فى القرية يتضمن تحليل محتوى المضامين الريفية الموجهة إلى القطاع الريفى على مستوى قنوات الاتصال الجماهيرى المركزية والمحلية (التقرير الأول) . والدراسة الحقلية التى تهدف إلى وصف مكونات البناء الاتصالى وتحديد فاعلياته ودوره فى مجمل التغيرات التى تشهدها القرية المصرية . ويعتمد البحث - لرفع بيانات واقعية حول هذه الجوانب - على استمارة البحث والملاحظة المباشرة ، والمقابلة ، وجلسات الاستماع ، ودراسة الحالة ، والأسلوب المقارن فى تكامل منهجى متسق وشمول أهداف البحث واتساع نطاقه .

٣ - يتجه البحث فى دراسته للسلوك الاتصالى وتحديد فاعليات أدوات الاتصال بأنواعها المختلفة إلى تجاوز التركيز على آراء واتجاهات البحوث نحو كل وسيلة اتصالية إلى التعرف على معارف المبحوث وتصوراته إزاء كل وسيلة وقدراته الفعلية على استخدام هذه الوسيلة أو توظيفها .

٤ - الاهتمام بدراسة التأثيرات القيمية لأجهزة الاتصال فى القرية المصرية ، ومحاولة تحديد علاقة هذه الأجهزة بما طرأ من تغيرات على قيم العمل والاتجار والاستهلاك والادخار ، والتعليم ، والأرض ، والهجرة ، والعلاقات العائلية.

ويهدف التقرير الثانى تحديدا إلى :

أ - وصف وتشخيص بنية الاتصال بالقرية المصرية ، وتحديد مكونات

هذه البنية والتغيرات التى طرأت عليها ، والعوامل الفاعلة فى هذا المجال .

ب - الكشف عن فاعلية أساليب الاتصال المختلفة وتحديد مراكز وأدوار كل منها على ضوء التغيرات الجديدة بالقرية المصرية .

جـ - الوقوف على مدى تغلغل وسائل الاتصال الجماهيرى بالقرية ، وعلاقة هذه الوسائل بأنماط الاتصال الأخرى القائمة بالقرية ، وأسلوب تعامل القرويين مع هذه الوسائل ، ورؤيتهم لها أو درجة اعتمادهم عليها ، وتحديد قدرة كل نمط اتصالى على تلبية احتياجات القرويين من المعارف والمعلومات .

د - تحديد علاقة أجهزة الاتصال بالتغيرات القيمية التى حدثت بالقرية المصرية ووضع تصور مستقبلى لبناء الاتصال بالقرية المصرية على ضوء البدائل المختلفة .

وكان من أبرز ما يلفت النظر فى نتائج الدراسات الميدانية هو أنه على الرغم من الانتشار الواسع لمختلف أنواع أجهزة الاتصال الجماهيرى بالقرية المصرية ، وانبهار القرويين بهذه الأجهزة ، والسعى خلال حقبتى السبعينيات والثمانينيات لحيازتها والتعرض المكثف لها ، فإن موجة هذا الانبهار قد انكسرت حدتها فى المرحلة الحالية بعوامل شتى ، يأتى على رأسها المشغولية وضيق وقت الفراغ ، وانحصار دائرة اهتمام غالبية القرويين فى تدبير قوت يومهم ومواجهة مشكلات حياتهم اليومية ، وانفصال جل مضمون هذه الأجهزة عن واقع الحياة ومجريات التغيير فى القرية المصرية ، وتجاهل الاحتياجات الإعلامية الجديدة التى تفرضها مجريات هذا التغيير . وحدث تغير واضح فى حجم وسلوك تعرض القرويين لأجهزة الإعلام ، ويميل هذا التغير فى اتجاه التعرض السلبى ومحدودية

وقت التعرض ، والاكتفاء بالتوظيف الترفيهى لهذه الأجهزة ، "والفرجة" على ممارسات الصفوة دون التفاعل مع هذه المضامين .

وقد ساعدت أجهزة الإعلام ، وبالذات الإعلانات التليفزيونية ، فى تدعيم النزعة الاستهلاكية لدى القرويين ، فقد زودت هذه الإعلانات القرويين بمعرفة عريضة بأنواع مختلفة من الأطعمة والمشروبات والسلع الاستهلاكية ، التى لم تكن مألوفة من قبل فى القرية المصرية ، وأصبح العديد منهم يستطيع ترديد أسماء الكثير من الأطعمة والمشروبات التى باتت تمثل عادات غذائية مألوفة ومطلبا لجميع القرويين ، وبالذات الأطفال خصوصا مع توفرها بمحلات القرية . كما زادت معارف النساء القرويات من خلال إعلانات التليفزيون بالكثير من أنواع البرفانات ، والصابون ، والشامبو ، وأصبح البعض منهن يستخدمنها بالفعل ، ويتجهن إلى شرائها ، خصوصا فى حفلات الزواج والمناسبات السعيدة . ومع ذلك ، تبقى العديد من السلع والأجهزة الاستهلاكية وأصناف المأكولات الفاخرة التى ترد فى الإعلانات وتعجز دخول غالبية القرويين عن شرائها ، ويكتفون فى ذلك بالمشاهدة التى تصحبها مشاعر متباينة من الرغبة والحقد الاجتماعى .

وقد أظهر البحث المركز الضعيف للإذاعات المحلية فى بناء الاتصال . وكان حجم تعرض عينة البحث للإذاعات المحلية التى تعمل بمحافظتى البحث وهما : إذاعة وسط الدلتا ، وشمال الصعيد ، لا يتجاوز (٦١ر٩٪) من إجمالى أفراد عينة البحث ، وهو أمر يتناقض مع العديد من الكتابات التى تفرط فى الحديث عن الدور البالغ الذى تلعبه الإذاعات المحلية بالقرية المصرية . وكان ذلك على مايبدو يفعل المشغولية ، وفى اهتمام القرويين بمضامينها ، وضعف الإرسال ... الخ .

ومع ضعف ارتباط القرويين بأجهزة الاتصال الجماهيرى ، أو درجة اعتمادهم عليها ، وانخفاض فاعليتها فى مجتمع القرية ، إلا أن هناك استمرارية

من جانب القرويين فى التمسك بهذه الأجهزة ، وعدم القدرة على الاستغناء عنها ، والتعبير عن ذلك فى أى حوار يجرى معهم حولها ، وذلك بسبب وظيفتها الترفيهية من ناحية ، وباعتبارها مصدرا متاحا لإلمام القروى - إذا أراد - بمجريات الأحداث بالمجتمع خارج نطاق قريته والإحاطة بممارسة النخبة من ناحية أخرى .

وأكد البحث صعوبة وضع ترتيب ثابت لمراكز وأدوار أنماط الاتصال المختلفة فى مجتمع القرية فى الوقت الراهن ، حيث يرتبط ذلك بطبيعة الموضوعات المطروحة . وبصفة عامة كلما كان الموضوع محليا ويرتبط بصميم حياة القرويين تزايدت فعاليات وأدوار قنوات الاتصال الشخصى فى ترويج المعلومات ، مع التمييز بين مصادر هذه القنوات أيضا طبقا لطبيعة المجال أو الموضوع . أما إذا كان الموضوع عاما أو قوميا فتتزايد فعاليات قنوات الاتصال الجماهيرى ، حيث تلعب هذه القنوات دورها فى تزويد القرويين بالمعارف حول الأحداث القومية أو العالمية ، إما مباشرة ، أو من خلال تغذية قنوات الاتصال الشخصى بها لكى تقوم القنوات الأخيرة بترويجها تبعا لطبيعة الحدث ، مع تميز نسبى لجهاز التليفزيون فى الوقت الحالى على بقية قنوات الاتصال الجماهير الأخرى .

كما أشار البحث إلى الدور التدعيمى الكبير الذى لعبته أجهزة الإعلام فيما طرأ من تغيرات على قيم الأرض والعمل ، والتعليم ، والتعاون ، والادخار والتضامن العائلى ، وتفاوت تأثيراتها على هذه القيم بتفاوت طبيعة كل منها . ومع ذلك ، فإن معظم التأثيرات فى هذا المجال تنحصر فى الجوانب المعرفية دون السلوكية ، وحيث تقف عقبات كثيرة أمام توظيف المعارف المكتسبة على شكليتها أو محدوديتها فى دنيا الواقع . الأمر الذى يؤكد تراجع التأثير الفعلى الذى تلعبه قنوات الاتصال الجماهيرى على السلوك العملى للقرويين ، وأن دورها الغالب هو دور تدعيمى أكثر منه تغييرى من فى مجتمع القرية .

وخلص البحث إلى حقيقة مؤداها أن علاقة القرويين بأجهزة الإعلام ستظل محدودة ، وسيظل النظام الاتصالى يعانى من العجز والقصور فى تلبية احتياجات القرويين ، ما لم يتم التصدير الحقيقى للقضايا والمشكلات الهيكلية التى تعانى منها حاليا القرية المصرية ، ومراعاة مصالح واهتمامات الغالبية المنتجة بالقرية ، والعمل على إقامة نسق للاتصال الجماهيرى المحلى يعمل بالتعاون والتنسيق مع قنوات الاتصال الشخصى ، فى إطار خطة تنموية متكاملة ، مع تعديل التوجهات السلبية لرجال الإعلام نحو الريف ، ودعم ارتباطهم بالقرية المصرية وتعاملهم مع مشاكلها ومجريات التغيير بها .

وأخيرا أتوجه بالشكر لكل من ساهم بجهد أو رأى فى إعداد وتنفيذ هذا التقرير .

المشرفة على بحث
البناء الاتصالى فى القرية المصرية

نادية سالم

مدخل

عايشت القرية المصرية خلال الحقب الأخيرة تغيرات واسعة النطاق شملت مختلف مجالات الحياة بالقرية المصرية ، وذلك فى أعقاب حرب أكتوبر ١٩٧٣ ، وإعلان الدولة عن تبنى سياسة الانفتاح الاقتصادى ، والهجرة العمالية للخارج ، والأخذ – بصفة عامة – بالأسلوب الرأسمالى فى الإدارة والحكم ، فقد انعكست هذه السياسات على مجمل الأوضاع فى القرية ، ودفعت بها فى اتجاه التغيير المكثف . فلم يعد يخفى على المتجول فى شوارع القرية المصرية ما حدث من تغيير واضح فى الشكل الفيزيقى للقرية من حيث نمط المسكن وشكل المبانى والمواد المستخدمة فى البناء وعدد الغرف واستخداماتها ، وأثاث المنزل ، والمرافق المتوافرة فيه وغيرها . كذلك فى طبيعة الطرق المؤدية إلى القرى ، ووسائل المواصلات المستخدمة ، وحركة الانتقال بين القرى وبينها وبين المناطق الحضرية ، وانفتاح القرية على العالم الخارجى بصفة عامة .

كما يلاحظ المراقب تغيرات واضحة – أيضا – فى طبيعة الأنشطة الإنتاجية فى القرية المصرية ، وتغير واضح فى التركيب المهنى وسوق العمل واتساع نطاق المهن والحرف والأنشطة غير الزراعية ، وتغير نظم وعلاقات العمل ، ووسائل وأساليب الإنتاج الزراعى ، والتركيب المحصولى ، وأساليب الاستثمار، ومستويات الدخول ، وأنماط الاستهلاك ، ومستويات المعيشة بصفة عامة .

كما شمل التغيير طبيعة الحياة الاجتماعية ، حيث سار هذا فى اتجاه تفكك نظام القرابة والحياة الجمعية فى القرى ، مع تزايد الميل نحو الفردية والمصلحة فى

العلاقات القروية ، وتغير نظام الزواج ومعاييره والعلاقات والأدوار الزوجية ، وخاصة فى الأدوار التقليدية للمرأة الريفية ، وأساليب تنشئة الأبناء ، ومستويات التعليم ، ونسبة الأمية ، وصور الحراك المهنى ، والخدمات الصحية وغيرها . وكذلك ، حدث تغير ملحوظ فى أساليب ومعايير الحراك الاجتماعى والأوضاع الاجتماعية للفئات والجماعات الاجتماعية المختلفة بالقرية ، وذلك مع تزايد أهمية الثروة المنقولة ، وارتفاع مكانة المهن والحرف غير الزراعية .

وقد صاحب كل ذلك تغلغل وانتشار أجهزة الاتصال الحديثة من راديو وتليفزيون وصحف وأجهزة تسجيل وڤيديو ومكبرات الصوت والتليفون وغيرها فى المناطق الريفية ، بعد أن تزايدت قدرة القرويين على حيازة هذه الأجهزة واستخدامها . وقد أثر ذلك فى طبيعة بناء الاتصال فى القرية من ناحية ، وفى العديد من مكونات البناء الثقافى للقرية ، حيث حملت هذه الأجهزة إلى القرويين العديد من العناصر والقيم والمفاهيم والتصورات التى كانت بلا شك لها دورها فى تدعيم التغيرات الثقافية بالقرية ، وتوسيع نطاقها ، وهو ما نسعى إلى رصده وتحليله من خلال الدراسة الراهنة .

أولا : الدراسة وأهميتها

فى إطار المخاطروالتحديات التى تعايشها القرية المصرية فى الوقت الراهن والتى تكاد تشمل أبعاد بنية القرية ومكوناتها الديموجرافية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية . وعلى ضوء اهتمام الخطة العامة لبحث مستقبل القرية المصرية ، واهتمامها بالمكون الثقافى . يشير قسم بحوث الاتصال الجماهيرى إلى أهمية التغيرات التى طرأت على بناء الاتصال بالقرية المصرية ، وتأثير ذلك على منظومة القيم ومجموعة المعارف وأنماط الوعى لدى مختلف الجماعات الاجتماعية

بالقرية المصرية .

لقد أشارت الخطة العامة إلى معاناة النسق الثقافى بالقرية المصرية من التشويش والاضطراب والخلط والصراع ، والذى أثر سلبيا فى العمل المنتج وفى التعليم والتعاون والمزاملة وفى العمل الجماعى والاستقرار بالأرض ... الخ . ونحن نرى أن هذه المعاناة ، على الرغم من تعدد أسبابها ومسبباتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، فإن لنسق الاتصال دوره الفاعل فيها ، إن لم يكن فى المساهمة فى إحداثها ، ففى تدعيمها وتوسيع نطاقها .

لقد ساعدت التقنينات الحديثة فى مجال الاتصال ووصولها إلى القرية المصرية ، وتزايد قدرة العديد من القرويين على حيازتها واستخدامها ، وكحصاد لممارسات وخبرات طويلة من التفاعل مع أجهزة الاتصال الجماهيرى من راديو وصحف وتليفزيون ، وإهمال هذه الأجهزة ، أو ضعف تفاعلها مع احتياجات القرويين الأساسية أدى إلى ظهور مايمكن أن نسميه ملامح نسق ذاتى للاتصال المحلى بالقرية المصرية تدعمه أدوات شرائط التسجيل ، والفيديو ، ومكبرات الصوت ، والتليفون ، ويعمل جنبا إلى جنب مع نسق الاتصال الجماهيرى بنوعيه المركزى والمحلى فى التأثير الثقافى بالقرية . والشئ اللافت للنظر والمقلق هنا ، هو ذلك التناقض وتلك الفجوة الملحوظة والمتزايدة الاتساع التى يلمسها أى مراقب بين كلا النسقين للاتصال الشخصى والجماهيرى داخل القرية المصرية . وعلى مستوى الاتصال الشخصى ، يلاحظ الفجوة بين الاتصال الشخصى الرسمى والاتصال الشخصى الطبيعى بين الأفراد أو غير الرسمى ، وهو ما انعكس فى فشل العديد من الحملات الإعلامية لحث القرويين على تبنى ممارسات معينة ، وتزايد الشائعات وأفكار التطرف والعنف على النحو المألوف ، والذى يعانيه المجتمع المصرى ، وبالذات فى المناطق الشعبية والريفية فى الوقت الحاضر .

ومع التناقضات وعدم الانسجام فى بناء الاتصال الراهن فى القرية المصرية ، والأدوار المتباينة التى تلعبها مختلف مكونات هذا البناء ، فقد أشارت بعض الدراسات إلى تأثير أجهزة الاتصال ، مع متغيرات أخرى مهمة مثل التعليم والهجرة والاحتكاك المباشر بالعالم الخارجى ، فى تحسين مستويات وعى القرويين ومعارفهم بالحقوق وبالقضايا المحلية والقومية ، والارتفاع النسبى فى قدرة العديد من الفئات فى القرية عن الاتصال ، وإجراء الحوار وإبداء الرأى فى المسائل المعروضة . كما تساهم هذه الأجهزة فى مجال تنشئة الطفل وتدعيم مكانة المرأة الريفية وتعزيز دورها داخل الأسرة ، والتأثير بشدة فى مجال تحول الأنماط الاستهلاكية والعادات الغذائية للأسرة الريفية ، وأن الفلاح المصرى عرف من خلال أجهزة الإعلام ، وبالذات إعلاناتها التجارية ومسلسلاتها ، الكثير من المشروبات والأطعمة والمقتنيات وعادات الأكل لم يكن يألفها ، أو معتادا عليها من قبل . وخلقت ممارسات أجهزة الإعلام فى هذا المجال مايطلق عليه البعض ثورة التطلعات لدى القرويين . وهى الثورة التى تدفع بهم حاليا تجاه إعلاء شأن المادة ، والبحث عن الثروة ، وحيازة النقود ، وطلب الهجرة ، وعدم تقبل الواقع ، والسخط على ممارسات أهل المدينة إلى غيرها من التأثيرات السلبية القيمية على النحو الذى أشارت إليه الخطة العامة لبحث مستقبل القرية من قبل .

وبصرف النظر عن التهويل أو التهوين الذى يسود الحديث عن تأثيرات نسق الاتصال بالقرية المصرية ، أو أوجه القصور المنهجى الذى عانت منه – حتى الآن – الدراسات الإعلامية المحلية التى سعت لبحث دور أجهزة الإعلام فى التغيير الثقافى فى مجتمع القرية على النحو الذى أظهره التحليل النقدى الذى قدمته هيئة البحث لهذه الدراسات ، فإن بحث بناء الاتصال فى القرية المصرية ، ودوره فى مجتمع القرية ، واتجاهات التغيير فيها ، يستند إلى ضرورة علمية :

نظريـة ، ومنهجيـة ، وإجرائية ، فعلى ضوء تقييم الدراسات الإعلامية السابقة يعد البحث الأول من نوعه من حيث محاولته رصد ملامح هذا البناء وتوصيف مختلف مكوناته ، وتحديد وظائفه وأدواره وتأثيراته القيمية فى مجتمع القرية ، ومحاولة استشراف مستقبل هذا البناء على ضوء اتجاهات التغيير الحادثة ، وعلاقة هذا البناء ببقية مكونات بنية القرية المصرية . والبحث بذلك يثير قضايا وتحديات نظرية ومنهجية ، لاشك أن مواجهتها تثرى الخبرة البحثية الإعلامية من ناحية ، وتغطى جانبا مهما من احتياجات بحث مستقبل القرية ، وهو المطلب الخاص بفهم آليات الاتصال بالقرية المصرية ، وتحليل وتفسير دوره فى اتجاهات التغيير بها .

ويشتمل التقرير في صورته النهائية على أربعة فصول ، بالإضافة إلى المقدمـة .

الفصـل الأول : يتناول البحوث الإعلامية فى القرية المصرية "قراءة نقدية" .

الفصل الثانى : يعرض للإطار المنهجى للبحث .

الفصل الثالث : يعرض معطيات الدراسة الميدانية حول بناء الاتصال فى القرية المصرية .

الفصل الرابع : يناقش التقرير نتائج الدراسة الميدانية والتصور المستقبلى لبناء الاتصال فـى القرية المصرية .

وينتهى التقرير بمجموعة ملاحق

الملحق الأول : قائمة ببلوجرافية للبحوث الإعلامية بالقرية المصرية .

الملحق الثانى : استمارة بحث بناء الاتصال فى القرية المصرية .

الملحق الثالث : الجداول الارتباطية .

الفصل الأول

البحوث الإعلامية فى القرية المصرية

"قراءة نقدية"

مقدمة

شهد العقدان أو الثلاثة عقود الماضية تزايدا كبيرا فى عدد الدراسات والبحوث الإعلامية التى أجريت على واقع المجتمع المصرى ، وبالذات قطاعه الريفى ، ومع ذلك ظلت الشكوى مستمرة ، وبالذات من جانب المتخصصين والممارسين من فقر البيانات وتباينها ، وعدم توافر مؤشرات واضحة يمكن الاعتماد عليها فى وضع الخطط وتوجيه السياسات الإعلامية ، والانفصال بين نتائج الدراسات الأكاديمية ومعطيات الواقع ومتطلباته الفعلية . وهو مايفرض أهمية وقفة تقيمية لواقع هذه الدراسات وتحديد توجهاتها وإبراز إسهاماتها ، ومدى كفاءتها فى توفير قاعدة بيانات تساعد فى فهم وتفسير مختلف جوانب العملية الاتصالية فى المجتمع المصرى .

وفى إطار بحث "بناء الاتصال فى القرية المصرية" الذى يجريه قسم بحوث الاتصال الجماهيرى بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ضمن المشروع الكبير للمركز لدراسة مستقبل القرية المصرية ، رأت هيئة البحث ، أن تقوم بداية وكنقطة انطلاق صحيحة ، إجراء مراجعة نقدية للبحوث والدراسات الإعلامية التى

أجريت حتى مطلع التسعينيات على القرية المصرية ، تكون منطلقا لتعميق الرؤية النظرية للبحث الراهن حول بناء الاتصال فى القرية المصرية ، وترشيد إجراءاته المنهجية من ناحية ، وبيان أوجه تميز الدراسة الجديدة عن الدراسات السابقة التى أجريت حول القرية المصرية .

وقد بلغ إجمالى عدد البحوث التى تم رصدها وتوثيقها وإخضاعها للفحص والتحليل (١٠٣) أبحاث إعلامية أجريت على القرية المصرية باللغة العربية ، أو كانت القرية المصرية جزءا من اهتمامها . وقد شملت عملية التوثيق جهات متعددة وهى كليات : الإعلام ، والآداب ، والزراعة ، والخدمة الاجتماعية بمختلف جامعات الجمهورية ، واتحاد الإذاعة والتليفزيون ، والمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، وجهاز تنظيم الأسرة والسكان ، ومعهد بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى ، والهيئة العامة للاستعلامات ، والمجموعة الاستشارية للشرق الأوسط وغيرها ، من الجهات البحثية ، ونأمل ألا يكون قد سقط خلال عملية التوثيق بحث أو دراسة ذات أهمية فى هذا المجال *.

أهداف الدراسة

تتحدد أهداف هذا العمل فى تحقيق الجوانب التالية :

١ - إجراء عملية حصر وتوثيق للدراسات والبحوث الإعلامية المحلية التى أجريت على واقع القرية المصرية حتى عام ١٩٩٢ .

٢ - الوقوف على طبيعة هذه البحوث ، وتحديد توجهاتها ومجالات اهتمامها .

٣ - الوقوف على الأساليب والأدوات المنهجية المتبعة فى البحوث والدراسات الإعلامية ، والتحقق من مدى كفاءتها فى تحقيق أهداف هذه البحوث .

* راجع قائمة ببليوجرافية لهذه الدراسات والبحوث فى نهاية هذا العمل ملحق رقم (١) .

٤ – الكشف عن أبرز إسهامات البحوث الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية ، وتحديد جوانب القوة والضعف فى البيانات التى توفرها حول واقع العملية الاتصالية بالقرية المصرية .

٥ – تحديد الجوانب التى لاتتوافر حولها بيانات واضحة ، وتتطلب جهودا بحثية جديدة على ضوء ما تم إنجازه حتى عام ١٩٩٢ .

٦ – تحديد خصائص البحث الراهن "الاتصال فى القرية المصرية" وأوجه الاتفاق أو التمايز بينه وبين الدراسات الإعلامية السابقة التى أجريت على القرية المصرية .

منهج الدراسة وأدواتها

تتبع الدراسة فى تحقيق أهدافها ، المدخل الوصفى التحليلى ، وتستخدم هنا بصفة أساسيه أسلوب "تحليل المضمون" الذى يهدف إلى توفير بيانات محددة ومصنفة حول كل دراسة من الدراسات التى أجريت على واقع القرية المصرية ، من حيث نوع هذه الدراسة وأهدافها ، ومجالها الزمنى والجغرافى ، والأساليب والأدوات المنهجية التى استخدمتها ، وأهم النتائج والمؤشرات التى توصلت إليها . كما تعتمد الدراسة على "المنهج المقارن" وذلك بهدف الوقوف على أوجه الاتفاق أو الاختلاف بين نتائج الدراسات المختلفة موضع التحليل ، وبيان مواضع القوة أو الضعف فى كل منها على ضوء ما تسفر عنه نتائج المقارنة بينها .

وفى هذا الإطار تتحدد خطة العرض والتحليل ، حيث نسعى بداية للتعرف على طبيعة البحوث الإعلامية التى أجريت حول القرية المصرية .

ونركز هنا – أساسا – على جوانب مهمة تتعلق بهوية القائمين بها ، ونطاقها الجغرافى ، والفترة الزمنية لإجرائها ، ومجالات الاهتمام التى ركزت

عليها ، ثم نسلط الضوء على الأساليب والأدوات المنهجية التى اتبعتها هذه الدراسات ، وماتوصلت إليه من نتائج ، وذلك كله من منظور نقدى تحليلى ، يهدف إلى رصد الواقع الفعلى لهذه الدراسات وإمكانيات تطويره مستقبلا ، حتى يمكن أن تساهم هذه الدراسات بفاعلية فى رسم وتوجيه السياسات الإعلامية فى المجتمع ، وبالذات قطاعه الريفى . باختصار يتناول هذا العمل مناقشة العناصر التالية:

١ – طبيعة البحوث الإعلامية فى القرية المصرية .

٢ – مجالات اهتمام الدراسات الإعلامية بالقرية المصرية .

٣ – الأساليب المنهجية المستخدمة .

٤ – نتائج البحوث الإعلامية بالقرية المصرية .

٥ – الموقف البحثى والبحث الراهن .

اولا : طبيعة البحوث الإعلامية فى القرية المصرية

يتسم الجانب الأكبر من البحوث والدراسات الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية بالطابع الفردى ، أى تلك البحوث التى يجريها أشخاص بمفردهم ، وعلى نفقتهم الخاصة ، بهدف الحصول – فى الأساس – على درجة علمية (ماجستير أو دكتوراه) . فقد بلغ هذا النوع من البحوث (٦٠) بحثا فرديا بنسبة (٥٨٫٢٥٪) من إجمالى عدد البحوث والدراسات التى أجريت على القرية المصرية والبالغ عددها (١٠٣) بحوث . وقد بلغت رسائل الماجستير من هذا العدد (٣٢) بحثا ، والدكتوراه (١٨) بحثا ، وستة أبحاث نشرت فى كتب ، وأربعة أخرى قدمت فى المؤتمرات والندوات العلمية والمجلات .

وقد ساهمت كلية الإعلام بجامعة القاهرة بالعدد الأكبر من رسائل الماجستير والدكتوراه ، حيث بلغ عدد الرسائل التى خرجت منها عن القرية المصرية (٣٠) بحثا للماجستير والدكتوراه ، يليها فى مرتبة تالية كلية الزراعة بجامعة القاهرة (٧) ثم كلية الآداب بجامعة القاهرة (٣) أبحاث ومعهد الطفولة (بحثان) ، وتوزعت بقية البحوث على كليات الآداب بجامعة عين شمس ، والمنيا ، والزقازيق ، والزراعة بجامعة الأزهر ، والزراعة بجامعة الزقازيق والمنيا ، والاقتصاد والعلوم السياسية ، والخدمة الاجتماعية بمعدل بحث لكل منها .

وتأتى بعد البحوث الفردية البحوث التى أجريت من خلال المجموعات والمراكز البحثية ، وبلغ عدد هذه البحث (٢١) بحثا بنسبة (٣٨ر٢٠) من إجمالى البحوث الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية ، وتتحدد هذه الجهات فى المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، وجهاز تنظيم الأسرة ، ومعهد بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى ، ومركز التدريب على تنمية المجتمع بسرس الليان ، والمجموعة الاستشارية للشرق الأوسط ، وجامعة الاسكندرية .

ومع القلة النسبية لهذا النوع من البحوث – على أهميته – بالمقارنة بالبحوث الفردية ، إلا أنها فى الواقع أقل بكثير من الناحية الكمية مما هو مطروح آنفا ، إذا نظرنا إليها من ناحية الموضوعات البحثية ، فمثلا ، أجرى معهد بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى عام ١٩٧٩ بحثا حول "بناء الاتصال فى القرية المصرية" شارك فيه فريق مكون من (ستة) باحثين ، تولى كل باحث منهم قرية معينة ، ومع أن البحوث الستة تدور حول موضوع واحد ، وفى فترة زمنية واحدة ، وتهدف إلى دراسة بناء الاتصال فى عدة أنماط من القرى المصرية ، إلا أن دراسة كل باحث خرجت مستقلة ، واعتبرها التوثيق الكمى بحثا مستقلا بذاته .

كذلك ، فقد أجرت المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط بحثا عام ١٩٨٢ للتعرف على آراء فئات مختلفة من المشاهدين لبرامج التليفزيون ، وبالذات فئات الكبار والأطفال ، وظهرت كل فئة فى التوثيق بحثا مستقلا ، وينصرف الأمر نفسه على البحث الذى أجراه جهاز تنظيم الأسرة بالتعاون مع كلية الإعلام ومنظمة اليونسكو حول استخدام الاتصال فى التوعية بالمشكلة السكانية ، حيث ظهرت دراسة كل عضو فى البحث على قرية معينة وكأنها دراسة خاصة ومستقلة . فإذا أخذنا كل ذلك فى الاعتبار ، فإننا نجد أن البحوث الإعلامية الجماعية التى أجريت على القرية المصرية وأشرفت عليها جهات بحثية معينة ، تشكل نسبة ضئيلة للغاية لم تتجاوز (١٢) بحثا دارت جميعها حول بناء الاتصال فى القرية عامى (١٩٦٣) و (١٩٧٩) ، والإعلام والمشكلة السكانية ، والإعلام والشباب ، والإعلام والمشاركة السياسية ، وآراء المشاهدين فى برامج التليفزيون ، ودراسة استطلاعية لإذاعة محلية ، وتقويم وسائل الإعلام فى الريف (البرامج الريفية بالإذاعة) والجامعة المفتوحة (استطلاع للرأى حول البرامج التعليمية بالتليفزيون) .

ومع أن اتحاد الإذاعة والتليفزيون يعد جهة بحثية تجرى بحوثا موسعة يشارك فيها عادة فريق من الباحثين ، إلا أننا ملنا إلى التمييز بين البحوث التى يجريها الاتحاد ، وبين البحوث التى تشرف عليها المراكز والمعاهد البحثية ، بالنظر إلى أن بحوث اتحاد الإذاعة والتليفزيون لها صبغة خاصة حيث تتسم بالدورية ، والتمحور حول هدف أساسى يدور حول معدلات التعرض واستطلاع آراء الجمهور فى البرامج التى تبثها أجهزة الإذاعة والتليفزيون ، دون التعرض كثيرا للقضايا والمشكلات الإعلامية أو العقبات التى قد تعترض مجريات العملية الاتصالية فى القرية المصرية ، فضلا عن أنها بحوث عامة تشمل كلا من الريف والحضر .

وقد بلغ عدد البحوث التى أجراها اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، ودخلت القرية المصرية فى نطاقها (٢٢) بحثا بنسبة (٣٥ر٢١٪) ، ودارت حول أثر برامج مكافحة الأمية بالراديو (١٩٧٠) والاستماع إلى برامج فى الإذاعة (١٩٧٣) ، ومشاهدة التليفزيون (١٩٧٣) وتقييم البرامج الدينية والإذاعة والتليفزيون (١٩٧٩) ، وتقييم برامج تنظيم الأسرة فى الإذاعة والتليفزيون (١٩٧٩) ، وتقييم برامج رمضان (١٩٨٢) ، وتقييم برامج الإذاعة والتليفزيون (١٩٧٣) ، واتجاهات الرأى العام نحو برامج الإذاعة والتليفزيون (١٩٨٤) ، وبارومتر الاستماع والمشاهدة عام (١٩٨٥) أو المواد الإخبارية فى الإذاعة والتليفزيون(١٩٨٩) ، والمنوعات والبرامج الترفيهية بالإذاعة والتليفزيون (١٩٨٩) ، واستطلاع رأى الجمهور حول نشرة التاسعة مساءا فى التليفزيون (١٩٩٠) ودور الإذاعة والتليفزيون فى التصدى لظاهرة الإدمان بين الشباب (١٩٩٠) ، واستطلاع رأى الشباب حول برامجهم المفضلة (١٩٩١) ، واتجاهات المستمعين والمشاهدين نحو برامج الإذاعة والتليفزيون فى مجال التوعية بالمشكلة السكانية (١٩٩٠) .

فإذا انتقلنا إلى المجال الجغرافى للبحوث الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية ، فإننا نجد أن محافظات الوجه البحرى والدلتا بالتحديد ، قد حظيت بالنصيب الأكبر من الدراسات الإعلامية ، وتضاءلت – إلى حد كبير – الدراسات التى طبقت على قرى الوجه القبلى . وعلى مستوى محافظات الوجه البحرى ، نجد تمركزا واضحا فى البحوث الإعلامية ، إذ نجد مثلا أن قرى محافظات القليوبية ، والغربية ، والمنوفية والشرقية ، على الترتيب ، قد حظيت بالجانب الأكبر من الدراسات الإعلامية التى أجريت فى الوجه البحرى ، فى حين نجد أن قرى محافظات الجيزة أو الفيوم ، وبنى سويف، وأسيوط والمنيا ، وقنا ، هى التى حظيت بالدراسات الإعلامية ، دون بقية محافظات الوجه القبلى ، واختفى تماما

أو كاد وجود أية دراسات أو بحوث ميدانية على المجتمعات البدوية أو المحافظات النائية* .

واللافت للنظر ، أن الجانب الأكبر من البحوث الإعلامية ، اكتفى بتطبيق البحث على قرية واحدة بتكرار (٢٧) بحثا ، وعلى قريتين فى البحث الواحد (١٠) أبحاث ، وثلاث قرى (ستة) أبحاث ، وأربع قرى (خمسة) أبحاث ، وخمس قرى فأكثر (أربعة) أبحاث فقط ، وبلغ عدد البحوث التى جمعت الدراسة فيها كلا من الريف والحضر (٤١) بحثا ، ينتمى معظمها إلى البحوث التى أجراها اتحاد الإذاعة والتليفزيون .

وقد أجرى الجانب الأكبر من البحوث الإعلامية فى القرية المصرية خلال فترة الثمانينيات (٤٩) بحثا بنسبة (٥٧ر٤٧٪) من إجمالى هذه البحوث والبالغ عددها (١٠٣) بحوث ، فى حين لم يتجاوز عدد البحوث التى أجريت فى حقبة السبعينيات عن (٤٢) بحثا ، وخلال الفترة ١٩٩٠ / ١٩٩٢ أجرى (١٢) بحثا، الأمر الذى يشير إلى تزايد اهتمام البحث الإعلامى بالقرية المصرية ، ومع ذلك ، وكما سنوضح فيما بعد ، لم تواكب أبدا هذه البحوث التغييرات التى عايشها المجتمع المصرى بصفة عامة ، والقرية المصرية بصفة خاصة . فقد ظلت البحوث خلال حقبة الثمانينيات ومطلع التسعينيات تطرح نفس القضايا والموضوعات البحثية التى كانت تطرحها فى السبعينيات رغم التباين الشديد ، وعمق التحولات التى عايشها مجتمع القرية فى السنوات الأخيرة ، وبالذات منذ منتصف الثمانينيات ، بتفاقم الآثار السلبية لسياسات الانفتاح ، واشتداد حدة تيار الهجرة

* توجد دراسة واحدة شملت عينتها شمال سيناء انظر :
عدلى رضا ، سامى الشريف ، علاقة المستمع المصرى بالإذاعات العربية الموجهة ، الطباعى العربى ، ١٩٨٨ .

الريفية العائدة بعد انهيار أسعار النفط فى الدول البترولية ، وحرب الخليج ... الخ ، وتأثير ذلك ليست فقط على البناء الاجتماعى داخل القرية المصرية ، لكن على بناء الاتصال ذاته أيضا .

ثانيا : مجالات اهتمام الدراسات الإعلامية بالقرية المصرية

نعرض هنا لمجالات اهتمام البحوث والدراسات الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية من خلال العنصرين التاليين :

أ – أطراف العملية الاتصالية .

ب – الموضوعات والقضايا البحثية .

أ – أطراف العملية الاتصالية

يهتم البحث الإعلامى بدراسة مختلف الأطراف المشاركة فى إتمام عملية الاتصال . فهناك الدراسات الخاصة بالقائم بالاتصال ، والدراسات التى تهتم بدراسة أداة الاتصال ذاتها ، والدراسات التى تعنى بتحليل مضمون الرسائل الإعلامية ، والدراسات الخاصة بالجمهور المتلقى ... الخ . وبديهى أن فهما أفضل لعمليات الاتصال ووظائفه وتأثيره فى مجتمع معين كمجتمع القرية لا يتسنى بدون فهم متكامل لكل هذه المجالات ، فإذا أهمل مجال فيها أو تم التركيز على أحدها دون الآخر ، كان ذلك مؤشرا على ضعف البحث الإعلامى فى فهم عملية الاتصال وتحليلها فى هذا المجتمع .

وتكشف مراجعة التراث المتوافر من البحوث والدراسات الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية أن الجانب الأكبر من هذه البحوث سعى لدراسة كل وسائل الاتصال الجماهيرى دفعة واحدة ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (١)

اهتمام الدراسات الإعلامية بأدوات الاتصال المختلفة

الأداة	العدد	٪
الراديــــــــو	١٨	٥ر١٧
التليفزيـــــــون	٢١	٤ر٢٠
الراديو والتليفزيـون	٩	٧ر٨
الصحـــــــف	٧	٨ر٦
كل وسائل الاتصال الجماهيرى	٣٤	١ر٣٣
الاتصال الشخصـى	٦	٧ر٥
أخـــرى	٨	٨ر٧
المجمــوع	١٠٣	١٠٠

وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك (٣٤) بحثا بنسبة (١ر٣٣٪) من إجمالى البحوث التى أجريت على القرية المصرية والبالغ عددها (١٠٣) بحوث ، قد اهتم كل منها عند النزول إلى القرية بدراسة أدوات الاتصال المختلفة ، وتحديدا الإذاعة والتليفزيون والصحف . ويلى ذلك البحوث التى اهتمت بوسيلة التليفزيون فقط (٢١) بحثا بنسبة (٤ر٢٠٪) ، ثم الراديو (١٨) بحثا بنسبة (٥ر١٧٪) ، والراديو والتليفزيون معا (٩) بحوث بنسبة (٧ر٨٪) ، والصحف (٧) بحوث بنسبة (٨ر٦٪) ، فالاتصال الشخصى (٦) بحوث وأخرى (٨) بحوث بنسبة (٨ر٧٪) دارت حول الفيديو ودور الثقافة الجماهيرية ، والسينما والوحدات الإعلامية ، بمعدل بحث أو اثنين لكل منهما .

وواضح من البيانات أن ثمة تركيزا على وسائل الاتصال الجماهيرى بعامــة ، وتضاؤل الاهتمام بدراسة أساليب الاتصال الشخصى . وعلى مستوى أدوات الاتصال الجماهيرى ذاتها هناك تركيز على الإذاعة المرئية أولا ، ثم المسموعة . وإهمال دراسة الوسائل المطبوعة ، انطلاقا من فكرة تقليدية ترى أن

هذه الوسائل الأخيرة أقل تأثيرا وفاعلية فى حمل الرسائل الإعلامية إلى الريف بفعل الأمية ، وصعوبات الانتقال والتوزيع ... الخ ، كما تلاشت أيضا ، أو كادت ، دراسات أخرى مهمة على أدوات أكثر فاعلية ونشاطا كشرائط الكاست والفيديو والصحف والإذاعات المحلية ، وهى الأدوات التى ظهرت فى القرية المصرية فى السنوات الأخيرة .

فإذا انتقلنا إلى باقى أطراف عملية الاتصال ، وهى : القائم بالاتصال ، الرسالة والجمهور ، نجد بيانات بالغة الدلالة . ويكشف الجدول رقم (٢) عن مدى اهتمام البحوث الإعلامية بهذه العناصر .

جدول رقم (٢)

مجالات اهتمام بحوث القرية بأطراف عملية الاتصال

مجال الاهتمام	العدد	٪
القائم بالاتصال	–	–
الرسالـــــة	٣	٢ر٩
الجمهـــــور	٨٨	٥ر٨٥
الرسالة والجمهور معـــا	١٠	٧ر٩
القائم بالاتصال والرسالة والجمهور معا	٢	٩ر١
المجمـــوع	١٠٣	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن (٨٨) بحثا بنسبة (٥ر٨٥٪) من إجمالى البحوث الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية ينصب أساسا على الجمهور، بهدف التعرف على أساليب أو معدلات التعرض ، أو استطلاع آرائه حول برامج معينة ، أو مدى تأثر هذا الجمهور برسائل معينة ... الخ . ويعنى ذلك سيادة توجه لدى الباحثين الإعلاميين يتحدد فى تركيز الاهتمام على الجمهور باعتباره المقصد أو الهدف النهائى لعملية الاتصال ، وتجاهل باقى الأطراف الفاعلة فى تحديد

قوة أو كفاءة العملية الاتصالية . ومنها هوية القائم بالاتصال وقدراته الفنية ، وطبيعة المضامين المثارة وقدراتها التأثيرية ... الخ ، ومن المؤكد أن سيادة مثل هذا التوجه يضعف من ناحية من قوة هذه البحوث ، ويقلل من قيمة ومصداقية النتائج التى تتوصل إليها من ناحية أخرى . ذلك لأن الإقرار من جانب المبحوث بالتعرض للمضامين الإعلامية - بافتراض صدقه - لا يعنى تأثره بهذه المضامين ، كما لا يعنى فهم واستيعاب المبحوث لكل ما يكتب أو يسمع أو يشاهد ، إذ من المحتمل أن تكون الرسائل غير واضحة أو معقدة أو لاتتوافق مع الأطر الثقافية والقيمية السائدة ، أو غير مواتية للموقف الاتصالى ذاته ... الخ ، وحتى إذا كانت الرسائل واضحة ومواتية فمن المحتمل أن يكون القائم بالاتصال غير كفء أو جدير بالثقة ، أو ليس فى حالة اتصال حقيقى مع المتلقى .

ويشير كل ذلك إلى ضرورة امتداد البحث الإعلامى ، وبالذات تلك البحوث المعنية بقضية التأثير والتنمية ، لتشمل الأطراف المختلفة لعملية الاتصال ، القائم بالاتصال ، الرسالة ، الجمهور فى رؤية متكاملة ولازمه لفهم العملية وقياس تأثيراتها ، وهو مالم يتحقق حتى الآن فى البحوث الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية ، فكما هو ملاحظ من بيانات الجدول السابق ، اختفت تماما أية دراسات تتعلق بالقائم بالاتصال ، كما لم يتجاوز عدد البحوث التى اهتمت بدراسة مضامين الرسائل الإعلامية الموجهة إلى الريف عن (ثلاثة) دراسات بنسبة (٩ر٢٪) من إجمالى البحوث الإعلامية فى الريف . فى حين لم يتجاوز عدد البحوث التى اتجهت إلى الربط بين دراسة المضامين المثارة والجمهور عن (١٠) بحوث بنسبة (٧ر٩٪) من إجمالى البحوث موضع التحليل . واهتمت دراستان فقط ، سعت الأولى منهما لبحث دور الصحف فى تغيير القيم الاجتماعية فى منطقة شبه حضرية [٣] . والثانية ، سعت لبحث دور وسائل الإعلام المحلية فى

تزويد الطفل المصرى بالمعلومات [4] . بدراسة القائم بالاتصال ، والرسالة والجمهور فى آن واحد لفهم وتحديد فاعلية العملية الاتصالية فى الموضوع محل البحث .

ب - الموضوعات والقضايا البحثية

يصعب من الناحية العملية وضع معيار ثابت يمكن فى إطاره تصنيف وتحديد الموضوعات التى حظيت بالرعاية من جانب البحوث الإعلامية فى القرية المصرية . فاتخاذ موضوع الدراسة ، أو عنوان البحث أساسا للتصنيف غير مجد بالنظر إلى تعدد الموضوعات البحثية وتداخلها من جانب والميل فى كثير من الأحيان - كما هو ملاحظ عند صياغة عناوين البحوث - إلى التعميم والتضخيم من جانب آخر . فنجد مثلا موضوعا حول "تأثير البرامج الريفية على تغيير المجتمع الريفى" ، وآخر حول "الإعلام الريفى وآثاره على تنمية المجتمع الريفى" . وثالثا حول "دور وسائل الإعلام فى خلق النظرة العلمية بالجمهورية العربية المتحدة" ورابعا ، حول "دور عملية الاتصال فى المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية" ، وخامسا ، حول "دور الاتصال فى التنمية السياسية" ، وسادسا ، حول "دور الاتصال فى التنشئة السياسية والاجتماعية " وهكذا ... فالظاهر من مثل هذه الموضوعات أن ميدانها هو التنمية ولكن أية تنمية ؟ وحول أية موضوعات ؟

ويزيد الأمر صعوبة ، تعدد أنواع ومجالات البحوث الإعلامية . فهناك بحوث الجمهور بقطاعاته وشرائحه المختلفة : الأطفال ، الشباب ، الشيوخ ، المرأة ... الخ . وهناك بحوث القائم بالاتصال والمضمون ، كما توجد بحوث الأثر والتقويم وهكذا . وقد رأينا أن من الأفضل إزاء كل ذلك وضع تصنيف يعتمد فى الأساس على الهدف الأساسى للدراسة ، وما تسعى إلى تحقيقه أو التوصل إليه .

وفى هذا الإطار هناك البحوث التى تهدف إلى قياس معدلات الحيازة والتعرض ، وآراء الجمهور المتلقى فى برامج ومضامين أجهزة الإعلام ، والبحوث التى تسعى إلى تحليل محتوى الرسائل الريفية المثارة عبر أجهزة الإعلام المختلفة ، وأخيرا البحوث التى تهدف إلى التعرف على الدور والأثر ، وهذه ترتبط بهدف عام يتعلق ببحث مساهمة الإعلام فى مجال التنمية الريفية ، وهى التنمية التى تتنوع مجالاتها ، فهناك المجال الاجتماعى ، والمجال الثقافى ، والمجال السياسى ، والزراعى أو الاقتصادى ... الخ .

وإذا اعتمدنا على هذا التصنيف ، الذى يركز على الغاية من إجراء البحث ، فإن البيانات تشير إلى إن الجانب الأكبر من البحوث والدراسات الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية ، ارتبطت بهدف أساسى يسعى للتعرف على معدلات الحيازة والتعرض لأجهزة الإعلام فى الريف . ويوضح الجدول رقم (٣) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٣)

مجالات اهتمام البحوث الإعلامية فى القرية المصرية

مجال الاهتمام	العدد	٪
التعرض والحيازة	٤٢	٤٠ر٧٨
المضامين الريفية المثارة عبر وسائل الإعلام	٨	٧ر٧٦
التنمية الاجتماعية	٢٥	٢٤ر٢٨
التنمية الثقافية	١٧	١٦ر٥١
التنمية السياسية	٧	٦ر٧٩
التنمية الزراعية	٤	٣ر٨٨
المجموع	١٠٣	١٠٠

وتشير البيانات إلى أن (٤٢) بحثا بنسبة ٤٠ر٧٨٪) من إجمالى البحوث

الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية قد اهتمت أساسا ببحث الجوانب الخاصة بمعدلات التعرض والحيازة وآراء الجمهور فى برامج ووسائل أجهزة الإعلام ، وبالذات الراديو والتليفزيون . ويبدو أن هذا الموضوع ، أى التعرض والرأى فى المضامين ، هو التوجه المسيطر على معظم البحوث الميدانية التى تعنى بالجمهور، بصرف النظر عن أية تصنيفات أو محاولات اهتمام أخرى . فنجد مثلا الباحث الذى يحدد موضوع بحثه فى دراسة دور الإعلام فى التنمية الاجتماعية فى الريف ، يصمم استمارة استبيان تبدأ عادة بنودها بالتعرف على البيانات الأولية كمتغيرات السن ، والنوع والمستوى التعليمى والدخل ... الخ ، وتأتى بعد ذلك البنود الخاصة بمعدل الاستماع أو مشاهدة التليفزيون أو قراءة الصحف ، وبعد معدل التعرض تتناول الاستمارة حجم الحيازة ثم استطلاع آراء المبحوثين فى البرامج المختلفة ، فإذا أظهرت بيانات الاستمارة أن ثمة معدلات عالية للتعرض لوسيلة ما ، أو تزايدا فى حجم حيازتها ، وايجاب من الجمهور بأفضلية برامج معينة ، كان ذلك دليلا كافيا لكى يستخرج الباحث نتائج تتحدث عن دور هذه الوسيلة فى مجال التنمية ، وتفوقها على غيرها من الوسائل الأخـرى ، متجاهلا بذلك حقيقة أن الإقرار بالتعرض – بافتراض صدقة – لايعنى فى جميع الأحوال الفهم والاستيعاب ، أو تغيير السلوك المعنى .

لقد تجاوزت البحوث الإعلامية الجديدة هذه النظرة التقليدية الضيقة التى تربط بين التعرض والتغيير ، وبدأت تركز على دراسة المعارف والتصورات التى تثيرها أجهزة الإعلام لدى الأفراد ، وفهم التأثيرات التى تحدثها هذه الأجهزة ، ليست من واقع التغيرات الآنية الحادثة فى الرأى ، ولكن من منظور تشكيل أو إعادة تشكيل المعارف والتصورات لدى الجمهور ، ودراسة الاحتياجات والرغبات التى ينبغى أن يتطلبها أعضاء الجمهور ، ومدى مواءمة مضمون أجهزة الإعلام

لاحتياجات واهتمامات المتلقى ، وهى التوجهات التى مازالت تفتقد إليها بحوث الجمهور بالقرية المصرية .

ويأتى بعد موضوع التعرض والحيازة ، موضوع العلاقة بين الإعلام والتنمية ، بما تتضمنه هذه التنميةمن جوانب اجتماعية وثقافية وسياسية واقتصادية ، وبلغ عدد البحوث حول هذا الموضوع بجوانبه المختلفة ، (٥٣) بحثا بنسبة (٤٥ر٥١٪) من إجمالى البحوث الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية . وقد بلغ نصيب الجوانب الاجتماعية من هذه البحوث (٢٥) بحثا دارت تحديدا حول علاقة الإعلام بتنظيم الأسرة ، والطفل ، والشباب ، وتنمية الأسرة والتغيير الاجتماعى والهجرة والتنشئة الاجتماعية . وبلغ عدد موضوعات التنمية الثقافية (١٧) بحثا بنسبة (١٥ر١٦٪) من إجمالى بحوث القرية ، ودارت هذه الموضوعات حول مكافحة الأمية ، وتعديل النظرة التقليدية للمرأة ، وخلق النظرة العلمية ، وتغيير القيم ، ونشر الثقافة الجماهيرية ، ونشر المستحدثات الجديدة ، وتركزت موضوعات التنمية السياسية حول الإعلام والتنمية السياسية ، وعلاقة الإعلام بالمشاركة السياسية ، وعلاقة الاتصال بالوعى السياسى ، ودور الاتصال فى التنشئة السياسية ، وبلغ عددها (٧) بحوث بنسبة ٧٩ر٦٪ من إجمالى بحوث القرية . وتركزت موضوعات التنمية الزراعية ، (٤) بحوث ، حول الإرشاد الزراعى ، ونشر الأفكار الزراعية ، والمشكلات الزراعية .

وقد بلغ عدد البحوث الإعلامية التى عنيت بتحليل مضمون الرسائل الإعلامية المتجهة إلى الريف (ثمانية) بحوث بنسبة (٧٦ر٧٪) من إجمالى البحوث الإعلامية فى القرية المصرية ، وحتى هذا العدد من البحوث فيه شئ من التجاوز ، حيث لم يتعد عدد البحوث الحقيقية (الخام) التى عنيت بتحليل مضمون الرسائل الريفية عن (ثلاثة) بحوث : الأول حول مضمون البرامج الريفية بالإذاعة ، والثانى

حول مضمون البرامج الريفية بالتليفزيون . والثالث حول مضمون المواد الريفية بجريدة الأهرام . فى حين أن بقية البحوث الأخرى كانت تتعلق بمضامين عديدة لكل من الريف والحضر ، كتحليل برامج الأطفال بالإذاعة أو التليفزيون ، أو بالمجلات قبل الدراسة الميدانية لعينة من الأطفال فى كل من الريف والحضر ، وصنفت على أساس أنها دراسات عنيت بتحليل المضمون وتأخذ فى اعتبارها القطاع الريفى .

وتشير كل هذه البيانات إلى انحصار مجالات اهتمام البحث الإعلامى حول القرية المصرية ، وتركز هذا الاهتمام فى موضوعات هامشية وعامة ، تفتقر إلى التحديد والتعمق ، أو مواكبة التغيرات الجديدة التى طرأت على القرية المصرية خصوصا بعد اتساع نطاق انفتاح القرية المصرية ، بفعل تزايد حركة المواصلات وسهولة التنقل والهجرة ، وتطبيق سياسة الانفتاح ... الخ ، وهى التغيرات التى أحدثت هزة واضحة فى بنية القرية المصرية ، وبالتالى تغير العديد من الأفكار والتصورات التقليدية الشائعة حول بنية الاتصال بالقرية المصرية ، وبالذات ما كان يتردد حول جمود القروى وانغلاقه ورفضه للجديد ... الخ . مع ذلك ظلت الموضوعات والقضايا البحثية ثابتة دون تغيير يذكر . فخلال أعوام ١٩٩٠ – ١٩٩٢ ، على سبيل المثال ، اهتم البحث الإعلامى بدراسة موضوعات من قبيل "دور الاتصال فى التنمية السياسية خيرت معوض ١٩٩٢" ، "وتأثير وسائل الاتصال على تنظيم الأسرة هبة سعد ١٩٩١" ، ودور الاتصال فى عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية محمد سيد عتران ١٩٩١ ، "ودور الاتصال فى التنشئة السياسية والاجتماعية سلوى محمد ١٩٩٠" ، "والبرامج التعليمية فى التليفزيون نجوى حسين ١٩٩٠" هذا بخلاف بحوث التعرض والاستماع والمشاهده التى يجريها اتحاد الإذاعة والتليفزيون بصفة دورية ، وأية مقارنة بين عناوين هذه الموضوعات وعناوين الموضوعات البحثية المطروحة خلال عقد

السبعينيات أو الثمانينيات يجد أنها هى دون تغيير (٥) .

إن الحاجة ملحة عن ضوء التغيرات التى عايشتها القرية المصرية مؤخرا ، وكذا متطلبات تطوير البحث الإعلامى المحلى للوقوف على جوانب عديدة أصبح من المهم أن ينهض البحث الإعلامى لتوفير بيانات حولها منها على سبيل المثال :

- الاحتياجات الإعلامية الجديدة للقرية المصرية .
- أنماط الاتصال الأكثر رواجا وفاعلية بالقرية حاليا .
- مدى اعتماد القرويين على وسائل الاتصال كمصدر للمعرفة .
- مدى التفاعل بين أنماط الاتصال المختلفة .
- علاقة الإعلام بمعارف وتصورات القرويين بالمناحى المختلفة.
- علاقة الإعلام بما تشهده القرية من تغييرات فى المجالات التالية :

السلوك الاستهلاكى ، والعادات الغذائية ، تنشئة الطفل البناء الأسرى ، العلاقات العائلية ، التغيرات القيمية وبالذات فيما يتعلق بالأرض ، والهجرة ، والادخار ، والتعاون ، والتدين .

- نوعية قيادات الرأى الجدد بالقرية .
- مدى صلاحية مفهوم قادة الرأى كأداة للتحليل بالقرية حاليا .
- مواقف وتصورات القرويين للقائمين بالاتصال .
- توجهات القائمين بالاتصال الجماهيرى نحو الريف .
- الجوانب القيمية والمعرفية التى تحملها الرسائل الإعلامية المتجهة إلى الريف .

ثالثا: الأساليب المنهجية المستخدمة

الأدوات المنهجية

إذا تركنا جانبا الموضوعات التى حظيت باهتمام الدراسات الإعلامية بالقرية ، فإن جانبا كبيرا من مصداقية هذه الدراسات ، يتحدد فى افتراضاتها النظرية ، وفى الأساليب والأدوات المنهجية التى اعتمدت عليها فى بحث موضوعها وتحقيق أهدافها . والثابت من الدراسات والبحوث التى أمامنا ، أنها انطلقت فى معظمها من افتراض نظرى واحد كان له تأثيره البالغ فى تحديد الأدوات المنهجية التى استخدمتها البحوث الإعلامية فى القرية . ومؤدى هذا الافتراض أن هناك علاقة مباشرة بين الاتصال عن طريق أجهزة الإعلام والتأثير ، فحينما يكون هناك تعرض لمضمون هذه الأجهزة ، يكون هناك تأثر بمضمونها ، وهو الافتراض الكلاسيكى الذى ساد منذ أربعينيات هذا القرن ، وذلك بصرف النظر عن أبعاد الموقف أو المجال الاجتماعى الذى تعمل فيه هذه الأجهزة .

هذا التصور الغالب انعكس على اختيار الأدوات المنهجية لمعظم الدراسات الإعلامية ، حيث تلاحظ اعتماد هذه الدراسات الشديد على الاستبيان والمؤشرات الإحصائية الكمية التى تتناول عدد الأجهزة ، وتفضيلات الجمهور ، وحجم التعرض والعلاقة بين متغيرات مثل : الدخل ، والسن ، والتعليم ، والمكانة الاجتماعية ، وحجم التعرض .. الخ ، وبدون محاولة فهم الموقف الذى يجرى فيه الاتصال ، أو حتى مناقشة مدى تأثير تعرض الأفراد لمضامين معينة على تصرفاتهم فى مجرى الحياة اليومية ، أو مناقشة التأثير الأفقى لأجهزة الإعلام فى مجتمع البحث ، واكتفت فى معظمها بدراسة العلاقة الرأسية ذات الاتجاه الواحد من الأجهزة إلى الجمهور .

وقد بلغ عدد البحوث التى اعتمدت على أداة الاستبيان (٩٠) بحثا بنسبة (٦٩ر٧٧٪) من إجمالى تكرارات استخدام الأدوات المنهجية فى البحوث الإعلامية والبالغ عددها ١٢٩ تكرارا* . وبصرف النظر عن مدى جودة بناء هذه الاستبيانات أو ما يحيط بتطبيقها على أرض الواقع من مشكلات ، فإن الاعتماد عليها بمفردها على النحو الذى هو سائد حاليا فى الدراسات الإعلامية يلقى بظلال من الشك على مصداقية نتائج هذه الدراسات ، وذلك لأن هناك فجوة واسعة بين حقيقة المعارف والاتجاهات والاستجابات اللفظية عموما ، وبين أساليب التصرف فى المواقف الفعلية وممارسات الحياة اليومية التى لاتتشكل فى إطارها المعارف والاتجاهات فحسب ، بل تخضع للعديد من العوامل والضغوط المحيطة بالموقف ذاته ، وترتبط بظروف الحياة الفعلية التى يعيش فى إطارها الأفراد . فالفلاح - مثلا - قد يعبر عن اقتناعه وتأييده لفكرة تنظيم الأسرة ، ولكنه فى ممارسة حياته اليومية وظروفه المعيشية ، يجد أنه لابد من كثرة الإنجاب ، حيث إن ذلك يعد أحد العوامل التى تكفل له مواجهة هذه الظروف . وهناك الكثير من قيادات الرأى ومن ذوى المعارف العريضة ، غير أن ظروف حياتهم تفرض عليهم سلوكا وممارسات معينة يجدون أنفسهم مضطرين إلى السير وفقا لها ، والعمل فى إطارها ، بالرغم من عدم تقبلهم لها أو رضائهم عنها ، وهو الأمر الذى يوضح مدى سذاجة وسطحية الاعتماد على استمارة الاستبيان بمفردها فى الكشف عن مواقف وتصرفات مثل هؤلاء الأفراد فى الحياة العملية ، أو مدى تأثرهم واقتناعهم بما تقدمه أجهزة الإعلام ، وهو الأسلوب الذى راج واعتمدت عليه غالبية الدراسات التى اطلعنا عليها .

* يلاحظ هنا أن عدد تكرارات استخدام الأدوات المنهجية يفوق عدد البحوث موضع التحليل والبالغ عددها (١٠٣) بحوث لأن هناك بعض البحوث - وهى قليلة - كانت تستخدم أكثر من أداة ، كأن يستخدم الاستبيان والملاحظة ، أو الاستبيان وتحليل المضمون وهكذا .

ويأتى "تحليل المضمون" بعد الاستبيان من حيث الأهمية فى الدراسات الإعلامية بالقرية . وقد بلغ عدد البحوث التى استخدمت هذه الأداة المنهجية (١٧) بحثا بنسبة (١٨ر١٣٪) من إجمالى الأدوات المنهجية المستخدمة . واقتصر استخدام أداة الملاحظة على (١١) بحثا بنسبة (٥٣ر٨٪) . إلا أن اللافت للنظر هنا، أن استخدام هذه الأداة المنهجية فى بعض الدراسات ، جاء من قبيل التزايد أو الإيحاء بالتكامل المنهجى للبحث والجدية .. الخ ، دون أن يكون لها توظيف فعلى فى البحث حيث عادة مايورد الباحث أنه استخدم فضلا عن أداة البحث ، أداة الملاحظة ، دون بيان الهدف من استخدام الملاحظة أو المجالات التى يتم ملاحظتها فى موضوع البحث ، وكيفية تنظيم الملاحظات وتدوين بياناتها إلى غيرها من الإجراءات المنهجية التى يتطلبها استخدام هذه الأداة . ففى دراسة "الفيديو والناس" (نوال عمر ، مارس ١٩٩٠) أوضحت الدراسة أنها استخدمت استمارة البحث لتوضيح آراء واتجاهات الآباء والأمهات نحو القيم الاجتماعية فى الأسر الريفية والحضرية ، والملاحظة : "التى هى كانت بالمشاركة فى بعض الأحيان" ، دون بيان كيف تمت المشاركة ؟ وحول ماذا ؟ والأهم من ذلك ، أن النتائج النهائية لهذا البحث جاءت جميعها تفريغا لبيانات استمارة البحث ، دون أن يكون للملاحظة أو الملاحظة بالمشاركة أدنى أثر فى هذه النتائج . وينصرف الأمر ذاته على بحث دور الاتصال فى التنشئة السياسية والاجتماعية (سلوى محمد يحيى العوادلى ، فبراير ١٩٩٠) ، حيث أورد البحث أنه اعتمد الملاحظة كأداة منهجية بجانب الاستبيان للتحقق من فروض البحث ، وفى المعطيات الميدانية ، لم يكن للملاحظة أية إسهام فى التحقق من هذه الفروض ، واقتصر الأمرعلى تفريغ بيانات الاستبيان ، الأمر الذى يشير إلى شكلية أو عدم جدية استخدام البحث الإعلامى فى معظمه لهذه الأداة المنهجية المهمة .

وقد طبقت الطريقة التجريبية فى (ستة) بحوث كان معظمها من النوع (القبلى - البعدى) ، حيث كانت تقيس الاتجاهات والمعارف - مثلا قبل بث المضمون الإعلامى ، ثم بث المضمون ، ويعاد القياس مرة أخرى للتعرف على مدى ما أحدثه المضمون من تغيرات . وقد استخدمت هذه الطريقة فى بحث الآثار الفعلية لاستخدام بعض البرامج التليفزيونية الخاصة (عبد الحميد إبراهيم أحمد ، ١٩٨١) ، وبحث التوعية بالمشكلة السكانية بقرية البراجيل (ليلى عبد المجيد ، ١٩٨٤) . وبحث علاقة دراما التليفزيون بالأمراض النفسية (محمد محمد مهنى ، ١٩٨٤) وبحث التوعية بالمشكلة السكانية بقرية دسيا (شاهيناز طلعت وسلوى إمام ، ١٩٨٤) ، وبحث استطلاع الرأى فى تنظيم الأسرة (جهاز تنظيم الأسرة والسكان ، ١٩٧٥) وبحث فهم الريفيين للبرامج الريفية (ناهد صالح ، د. ت) .

ولاشك أن هذا النوع من البحوث ، على الرغم من أنه قد ساهم فى التوصل إلى نتائج محددة أدق من الاستبيانات ، إلا أنه لايخلو دائما من النقد ، وبالذات إذا لم يكن مصحوبا بمعالجات منهجية أخرى مكملة . فعملية التجريب القبلى - البعدى ، تثير عادة تحفظات حول إقامة ظرف مصطنع قد يحس بها المبحوثون ويتأثرون بذلك ، وهو الأمر الذى يختلف اختلافا بينا عن واقع الممارسة العادية .

وقد استخدم الاختبار السوسيومترى فى بحثين ، سعى الأول للتعرف على القادة المحليين فى مجال الإرشاد الزراعى ، وهدف الثانى لتحديد قادة الرأى فى قرى البحث .

وهكذا ، نجد انحصار الأساليب والأدوات المنهجية للدراسات التى أجريت على القرية المصرية فى الاستبيان وله الأولوية المطلقة ، وتحليل المضمون ،

والملاحظة المباشرة ، والتجريب ، والاختبار السوسيومترى بمعدلات منخفضة ، واختفاء استخدام أدوات منهجية مهمة ، مثل الملاحظة بالمشاركة ، والمقابلات الحرة ، وجلسات الاستماع ، والحوارات الجماعية ، ودراسة الحالة ، والدراسات المقارنة ، وهى الأساليب والأدوات التى يمكن أن تساهم فى تقديم بيانات كيفية واقعية ومتعمقة يمكن الاعتماد عليها أو الوثوق بها .

العينـــات

إذا تجاوزنا الأدوات المنهجية المستخدمة إلى أسلوب سحب العينة وتحديدها فى البحوث الإعلامية بالقرية ، فإن الملاحظة المهمة هنا ، هو ذلك الخطأ الشائع الذى وقعت فيه غالبية هذه البحوث ويتحدد فى إهمالها ، عند تحديد العينات وسحبها من مجتمع الدراسة ، لطبيعة التمايزات الاجتماعية - الاقتصادية للجمهور من جهة ، ومضمون الرسائل الموجهة لهذا الجمهور من جهة أخرى ، حيث تفرض طبيعة التمايزات الاجتماعية للجمهور ، ظهور اهتمامات خاصة لدى كل منهم ، وبالتالى الطابع الانتقائى لتعرضهم لمضمون أجهزة الإعلام ، ومدى تأثرهم بمضمون الرسائل التى تبثها هذه الأجهزة . ومن هنا نجد أن فئات معينة من الجمهور تبحث عن موضوعات معينة ، أو تحرص على متابعتها ، وتتعرض لأخرى بالمصادفة وبلا أدنى اهتمام ، بينما تحرص على تجنب بعضها الآخر ، والعمل فى الاتجاه المضاد لها . ومع ذلك نجد الكثير من الدراسات الإعلامية تتجاهل هذه الحقائق وتميل إلى السحب العشوائى للعينات من مجتمع القرية ، دون مراعاة لأوجه الفروق بين أعضاء الجمهور ، جريا وراء وهم مايسمى بالموضوعية فى البحث .

وقد بلغت نسبة البحوث التى اعتمدت على أسلوب العينة العشوائية المنتظمة (٣٦) بحثا بنسبة (٣٦٪) من إجمالى عدد البحوث الميدانية التى أجريت على الجمهور بالقرية المصرية ، أو كان الجمهور جزءا منها والبالغ عددها (١٠٠) بحث . ففى دراسة "محيى عبد الحليم" حول الإعلام الحكومى وأثره على الرأى العام المحلى ، استخدم الباحث صحيفة استبيان بالمقابلة مع عينة عشوائية منتظمة من الذكور والإناث البالغين ١٥ سنة فأكثر فى قريتين بمحافظة المنوفية : الأولى كفر المصيلحة ، والثانية كفر الشيخ شحاته ، "واتبع نفس الأسلوب" "طاهر حسن درة" فى دراسته حول الإعلام الريفى وآثاره على تنمية المجتمع الريفى ، حيث استخدم الباحث صحيفة استبيان بالمقابلة الشخصية مع عينة عشوائية منتظمة قوامها (٩١٦) من الذكور والإناث البالغين ١٨ عاما فأكثر فى ١٣ محافظة ، واعتمدت دراسة "محمود عودة" حول أنماط الاتصال والتغير الاجتماعى فى القرية على صحيفة استبيان بالمقابلة مع عينة عشوائية منتظمة من أرباب الأسر المقيدين فى كشوف الانتخابات قوامها (١٥٣) مبحوثا فى إحدى قرى محافظة الغربية . واعتمادا على دفاتر السجل المدنى فى بعض قرى ومدن مصر ، قام "عبد الخبير محمود عطا" فى دراسته حول وسائل الإعلام والتنمية السياسية بسحب عينة عشوائية منتظمة قوامها (٢٧٦) مبحوثا من الذكور والإناث البالغين ١٥ سنة فأكثر وهكذا .

وواضح من مثل هذه البحوث ، وغيرها كثير ، غياب فكرة التمايزات الاجتماعية والاقتصادية بين أعضاء الجمهور عند سحب عينة ممثلة لمجتمع الدراسة . فالبعض منها اعتمد على قوائم ، مثل قوائم السجل المدنى التى لا تدخل مثل هذه التمايزات فى اعتبارها ، ولجأ إلى الاختيار العشوائى من هذه السجلات، والبعض الآخر لم يوضح الإطار الذى اعتمد عليه فى سحب عينته العشوائية .

كذلك فقد استخدمت العينة الطبقية العشوائية المنتظمة ، وبلغ معدل تكرار استخدمها (١٦) بحثا بنسبة (١٦٪) من إجمالى البحوث الميدانية بالقرية . ففى دراسة "كمال المنوفى" حول بناء الاتصال فى قرية تلوانة "بمحافظة المنوفية استخدم الباحث أربع صحائف استبيان بالمقابلة مع عينة طبقية عشوائية قوامها (١١٥) مبحوثا يمثلون رؤساء الأجهزة الخدمية والعاملين بها ، وقادة الرأى الطبيعيين ، والفلاحين ، والأجراء الزراعيين ، والمشتغلين بمهن غير زراعية ، وهو المنحى ذاته الذى اعتمد عليه "محمد حلمى أحمد" فى دراسته لبناء الاتصال فى قرية "البليدة" محافظة الجيزة ، حيث طبق صحائف البحث على عينة طبقية عشواية منتظمة قوامها (٧٥) مبحوثا موزعين على : قادة الرأى الطبيعيين والرسميين ، والمشتغلين بمهن غير زراعية والمشتغلين بمهنة الزراعة من الذكور والإناث بقرية البحث . واتبع عماد مختار الإجراء ذاته ، فى دراسته لبناء الاتصال فى قرية "زاوية أبو مسلم" بمحافظة الجيزة .

وإذا كانت مثل هذه الدراسات ، وهى أساسا تنطلق من بحث واحد جماعى أشرف على تنفيذه مركز بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى بجامعة القاهرة حول بناء الاتصال فى عدة قرى مصرية ، قد فهمت الطبقية فى سحب العينة على أساس التمايز بين أعضاء الجمهور ، فميزت مثلا بين قادة الرأى الرسميين وغير الرسميين ، أو بين الفلاحين الحائزين والمعدمين ... الخ ، إلا أن بقية البحوث التى اعتمدت على أسلوب العينة الطبقية لم تراع هذا الأمر ، وفهمت الطبقية على أساس اشتمال العينة على الريف والحضر ، أو الذكور والإناث ، أو القرية المحرومة من الخدمات والأخرى التى تتوافر فيها هذه الخدمات .

ففى الدراسة التى أجراها اتحاد الإذاعة والتليفزيون حول مكافحة الأمية بالراديو ، استخدم البحث صحيفة استبيان بالمقابلة الشخصية مع عينة طبقية

عشوائية منتظمة قوامها (٢٧١) مبحوثا من (٨٠٩) حالة يراسلون برنامج مكافحة الأمية فى قرى ومدن ست محافظات مصرية . وفى البحث الذى أجره "يوسف مصطفى الحارونى" حول دور وسائل الإعلام فى خلق النظرة العلمية بالجمهورية العربية المتحدة ، ذكر الباحث أنه قام بسحب عينة طبقية عشوائية منتظمة من الذكور والإناث فى ثلاث بيئات فى مصر ، ممثلة للبيئات الزراعية ، والصناعية ، والثقافية . وفى دراسة "عاطف عدلى العبد" حول دور الإذاعة الصوتية فى تغيير النظرة التقليدية إلى المرأة الريفية ، طبق الباحث صحيفة استبيان بالمقابلة مع عينة طبقية عشوائية منتظمة قوامها (١٢٥) مبحوثا من الذكور المقيدين بجداول الانتخاب فى ٣١ ديسمبر ١٩٧٨ فى قرية تقليدية محرومة من معظم الخدمات ، فيما عدا الراديو ، هى قرية " قصر نجاتى" مركز أبو تشت محافظة قنا .

فالطبقية فى البحث الأول ، ذكرت على أساس مراعاة التفريق فى بناء العينة بين القرى والمدن فى محافظات مختلفة ، وفى البحث الثانى ، على أساس التمييز بين البيئات الزراعية والصناعية والثقافية ، مع تجاهل فكرة التمايز داخل كل وحدة على حدة . ففى داخل القرية توجد تمايزات بين أعضاء الجمهور يفرضه اختلاف أوضاع كل منهم من حيث المكانة ، والدخل ، وداخل البيئة الزراعية ذاتها يوجد التمايز بين جماعة الملاك والمستأجرين والمعدمين وهكذا . ولا ندرى أساس الطبقية فى عينة البحث الثالث الذى اعتمد على أسماء المقيدين بجداول الانتخابات فى سحب العينة . ولا نود المضى قدما فى تقديم المزيد من النماذج والأمثلة لمثل هذا النواع من البحوث ، ولكن مانود أن نؤكده أن مثل هذا المنحى فى سحب العينات لايختلف كثيرا فى التحليل النهائى عن أسلوب العينة العشوائية ، مع اختلاف بسيط يكمن فى اتساع نطاق مجاله ، ولكن مع استمرارية غياب الأخذ بحقيقة التمايزات الاجتماعية - الاقتصادية بين أعضاء الجمهور ، وهى التمايزات

التى تتداخل بفاعلية فى تحديد عملية الاتصال بالقرية .

وبجانب استخدام أسلوبى "العينة العشوائية المنتظمة" والعينة الطبقية العشوائية ، أشارت بعض البحوث إلى استخدامها "عينة حصص طبقية" وبلغ عدد البحوث التى اعتمدت على هذا النوع من العينات (١٩) بحثا بنسبة (١٥٪) من إجمالى عدد البحوث الميدانية .

ففى الدراسة التى أجرتها جامعة الاسكندرية عام ١٩٨٠ حول موضوع الإعلام والشباب المصرى ، فى إطار برنامج بحوث إعادة بناء الإنسان المصرى الذى أشرفت على تنفيذه الجامعة ، استخدمت الدراسة صحيفة بحث بالمقابلة مع عينة حصص طبقية قوامها عشرة آلاف شاب من البالغين ١٨ - ٣٠ سنة من الطلاب ، وعمال الإنتاج الصناعى ، والفلاحين ، والمهنيين والحرفيين والموظفين والإداريين وربات البيوت موزعين على كل محافظات مصر ، عدا القاهرة ومطروح، حسب نسبة سكان كل محافظة إلى جملة سكان المحافظات المدروسة .

وبخلاف هذا البحث الذى خصص لكل محافظة نسبة أو "حصة" معينة وفقا لعدد سكانها ، ومراعاة التمييز بين الفئات والمهن المختلفة ، فإن المدقق فى بقية البحوث التى أفصحت عن استخدامها لأسلوب عينة الحصص الطبقية ، يجد أنها تسير على النهج نفسه الذى اتبع فى اختيار العينة الطبقية العشوائية السابق الإشارة إليه . ففى الدراسة التى أجراها اتحاد الإذاعة والتليفزيون عام ١٩٧٣ حول مشاهدة البرامج الإذاعية والتليفزيونية خلال ستة أيام ، استخدمت الدراسة صحيفة بحث تتضمن جميع أنواع البرامج التى تعرض فى فترة الدراسة يوما بيوم مع عينة حصص طبقية تمثل البالغين من العمر ١٥ سنة فأكثر بواقع حالة واحدة مقابل (١٠٧٦١) من السكان فى بعض قرى ومدن الوجه البحرى بمصر .
"والحصصية" تعنى سحب عينة بنسبة محددة من مجتمعات الدراسة وفقا لعدد

السكان فى حين أن الطبقية ظلت تتحدد فى التمييز بين القرى والمدن دون مراعاة أوجه التمايزات الاجتماعية والاقتصادية بين الجمهور داخل كل قطاع على حدة .

وفضلا عن أسلوب العينات ، أشارت دراستان إلى استخدامهما لأسلوب الحصر الشامل للعينة محل الدراسة فى مجتمع البحث ، وقد لوحظ على الدراستين محدودية مجالهما . ففى دراسة "عماد مختار" التى سعت للتعرف على القادة المحليين فى مجال الإرشاد الزراعى ، استخدم الباحث صحيفة استبيان مكونة من جزأين : الأول اختبار سوسيومترى للتعرف على القادة المحليين فى مجال الإرشاد الزراعى . والثانى دراسة بعض الخصائص الديموجرافية والاجتماعية والاقتصادية للأفراد المبحوثين من القادة وعددهم (١٦٠) فردا يشكلون مجتمع الحائزين من الذكور بقرية "كفر نصار" مركز الجيزة . وفى الدراسة التى أجراها "محمود يوسف" حول دور قادة الرأى الدينيين فى معالجة قضايا الشباب ، استخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل مع خطباء مساجد القرى محل الدراسة .

فإذا تجاوزنا أسلوب العينات إلى الجانب المرتبط بحجم هذه العينات ، ومع عدم وجود معايير ثابتة يمكن الحديث عنها حول الحجم الأمثل للعينة ، الذى يتحدد على ضوء ظروف كل بحث وخصوصية مجاله والأهداف التى يسعى لتحقيقها ، إلا أن اللافت للنظر فى الدراسات والبحوث الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية محدودية حجم العينات التى استقت منها البيانات فى الجانب الأكبر من هذه الدراسات ، وبالذات الفردية منها ، بطريقة لا تتلاءم مع أهداف هذه الدراسات التى أعلنت عنها . أو تسمح لنا بتعميم هذه البيانات والاعتماد عليها ، خصوصا وأن الأسلوب الغالب فى التعامل مع هذه العينات المحدودة هو تطبيق

الاستبيانات واستمارة استقصاء الرأى ، وليست الحوارات المتعمقة أو دراسة الحالة .

ففى الدراسة التى سعت للتعرف على بناء الاتصال فى قرية عصفور محافظة الدقهلية لم يتجاوز حجم العينة (٣٥) مبحوثا ، جرى التعامل معها من خلال الاستبيان الذى قدم لنا مؤشرات كمية حول معدلات تعرض وحيازة أعضاء هذه العينة لأجهزة الإعلام أو تنقلهم إلى المراكز الحضرية ، وإغفال جوانب مهمة عن بناء الاتصال بالقرية قد تتعلق مثلا بأشكال ومستويات التفاعل بين الفئات المختلفة بالقرية ، أو فاعلية مختلف أنماط الاتصال بها ، أو درجة التكامل بين أنماط الاتصال المختلفة .. الخ .

وفى البحث الذى أجرى للتعرف على طبيعة الصحف الريفية ودورها فى المجتمعات النامية طبق البحث على عينة قوامها (٤٦) فردا باستخدام الاستبيان ، كما طبق الاستبيان أيضا على عينة قوامها (٧٥) فردا ، فى البحث الذى سعى لدراسة الأمية وعلاقتها بتملك الريفيين وتعرضهم لوسائل الاتصال الجماهيرى وهكذا ... وعلى نفس المنوال ، يمكن رصد العديد من أحجام العينات التى تتراوح بين ١٠٠ إلى ١٥٠ مبحوثا لدراسات تعلن عن سعيها لتوفير بيانات إحصائية حول جوانب كمية كمعدلات الحيازة أو التعرض لأجهزة الإعلام . وإذا كان من الممكن الحصول من مثل هذا الحجم من العينة على مؤشرات حول فعالية أو تأثير أجهزة الإعلام ، من خلال الدراسة المتعمقة ، إلا أنه يصعب الاعتماد عليها فى توفير بيانات يعتد بها حول جوانب كمية قد تتعلق – مثلا – بالتعرض أو حيازة أجهزة الإعلام بمجتمع البحث التى تتطلب مسوحا موسعة أو أحجاما أكبر من العينـات .

فإذا انتقلنا إلى عينات الدراسات التى عنيت بتحليل المضامين الريفية بالصحف أو الإذاعة والتليفزيون ، فإن الملاحظة ذاتها تتكرر من حيث محدودية حجم العينة ، وأنيتها أو افتقادها إلى العمق الزمنى . مع أن الثابت أن تأثيرات المضامين الإعلامية هى فى الأساس تراكمية وغير آنية ، فعادة ما يلجأ الباحث إلى تحليل مضمون دورة إذاعية أو ثلاثة أشهر فى إحدى السنوات كعينة بهدف الوقوف على جوانب مهمة تتطلب عمقا زمنيا كالتغيرات القيمية أو صورة إحدى المهن ، أو نشر المضامين الزراعية أو الجديد فيها . ففى الدراسة التى أجرتها "نرجس حلمى" حول دور التليفزيون كوسيلة إعلامية فى نشر الإعلام الزراعى بالريف المصرى ، اقتصرت عينة الدراسة على (٢٠) حلقة فقط من برنامجى المجلة الزراعية والثروة الخضراء بواقع عشر حلقات من كل برنامج عام ١٩٧٨ . وفى الدراسة التى أجراها "محمد نبيل طلب" حول الصورة التى تعرض بها المهن من خلال الدراما التليفزيونية تحددت عينة البحث فى الفترة من ١٩٨٥/١/١ وحتى ٣٠/٦/ ١٩٨٥ . وفى الدراسة التى أجريت حول دور الصحف فى تغيير القيم الاجتماعية بالمناطق شبه الحضرية ، لم تتجاوز عينة الدراسة بها ثلاثة أشهر ، وزعت على أعداد صحف الأهرام والأخبار والجمهورية خلال عام ١٩٨٤، وواضح من مثل هذه البحوث عجزها عن تقديم بيانات واقعية ودقيقة ذات دلالة للمضاميين المثارة حول مجال اهتمامها .

والمؤكد أن صورة المهن لا تتحدد من خلال دورة أو دورتين إذاعيتين ، والمعروف أيضا أن التغيرات القيمية ليست آنية ، ولكنها ممتدة وتتطلب عمقا زمنيا لرصدها على صفحات الصحف . كما أن عشر حلقات من برنامج تليفزيونى غير كافية بالمرة للحكم على دور التليفزيون فى نشر الإعلام الزراعى وهكذا .... .

رابعا: نتائج البحوث الإعلامية بالقرية المصرية

نعتقد إزاء كم البيانات التى أمامنا ، أن المفيد ليس السرد الكمى والتفصيلى لكل البيانات والنتائج التى توفرها البحوث الإعلامية التى أجريت حول القرية المصرية ، ولكن ماتعكسه هذه البيانات والنتائج من مؤشرات عامة تفيد فى فهم وتقييم واقع النشاط الإعلامى المرتبط بالقرية المصرية . وعلى ضوء مجالات اهتمام البحوث الإعلامية وأهدافها ، تبرز أمامنا خمسة مجالات : الحيازة ، التعرض ، الاعتماد على أجهزة الإعلام ، التأثير والفاعلية ، سمات المضمون الريفى ، ويمكن عرض مؤشرات كل مجال على النحو التالى .

١ - مؤشرات الحيازة

تشير البيانات المتوافرة حول معدلات حيازة أجهزة الإعلام بالقرية إلى أن المستوى الاقتصادى ، والمركز الاجتماعى والثقافى للفرد ، يعدان عاملين فاعلين فى تحديد مدى حيازة الفرد لهذه الأجهزة . فكلما زاد المركز الاقتصادى والاجتماعى والمستوى الثقافى ارتفاعا ، تزايدت احتمالات حيازة الفرد لأكثر من وسيلة إعلامية . كذلك تتباين قدرات المهن المختلفة فى حيازة أجهزة الإعلام . فأصحاب المهن غير الزراعية تتزايد معدلات حيازة أجهزة الإعلام بينهم ، فى حين تنخفض هذه المعدلات لدى أصحاب المهن الزراعية ، وتقل إلى أدنى مستوى لها بين الفئات غير الحائزة منها .

وفى هذا الإطار تشير البيانات أن معدلات حيازة أجهزة الراديو بالقرية المصرية ، قد أخذت فى التزايد المطرد منذ بداية الستينيات ، بصرف النظر عن تضارب البيانات المتوافرة فى هذا المجال . ففى دراسة "لويس كامل مليكة" عام ١٩٦٣ حول بناء الاتصال فى القرية المصرية ، أظهرت نتائج الدراسة أن معدل

حيازة أجهزة الراديو بالقرية - موضع البحث - تصل إلى (٥ر١٧٪) ، وقد ارتفعت هذه النسبة فى بحث "محمود عودة" حول أنماط الاتصال والتغيير الاجتماعى بالقرية المصرية الذى طبق ميدانيا عام ١٩٦٧ إلى (٦٨٪) ، فى حين أظهرت بيانات البحث الذى أجراه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية فى أواخر ١٩٦٩ وأوائل ١٩٧٠ فى أربع قرى مصرية بهدف التعرف على تأثير البرامج الريفية على معلومات الريفيين وآرائهم أن نسبة حيازة أجهزة الراديو بقرى البحث لاتتجاوز (٤٣٪) ، وهو المعدل الذى يتقارب مع نتائج بحث "يوسف مصطفى" الذى طبق فى العام نفسه (١٩٧٠) حول دور وسائل الإعلام فى خلق النظرة العلمية بالجمهورية العربية المتحدة ، حيث أشارت نتائج هذا البحث إلى أن معدل حيازة أجهزة الراديو فى القرية المصرية يصل إلى (٤٠٪) .

وفى المسح الذى أجراه اتحاد الإذاعة والتليفزيون عام ١٩٧١ لدراسة معدلات الاستماع إلى برامج الإذاعة ، وصلت نسبة حيازة الراديو فى عينة البحث إلى (٢٠ر٧٩٪) ، وهى نسبة تفوق بكثير كل التقديرات السابقة . وأشارت دراسة "محيى الدين عبد الحليم" التى طبقت فى قريتين من قرى محافظة المنوفية فى منتصف عام ١٩٧٢ إلى معدلات أكثر ارتفاعا ، حيث أشارت إلى أن معدل حيازة أجهزة الراديو بقريتى البحث يصل إلى (٨٥٪) . وفى المسح الذى أجراه اتحاد الإذاعة والتليفزيون على مستمعى ومشاهدى البرامج الإذاعية والتليفزيونية عام ١٩٧٣ ، أشارت البيانات إلى أن معدل حيازة أجهزة الراديو يصل إلى (٥ر٩١٪) والتليفزيون إلى (١ر٢١٪) من مجموع المبحوثين ، وأن هذه النسبة تتراوح عند التعميم على المجتمع بين (٨ر١٩٪) و (٤ر٢٢٪) * .

* يلاحظ أن العينة هنا تتضمن كلا من الريف والحضر .

وفى أواخر السبعينيات ومطلع الثمانينيات ، ظلت البحوث الميدانية تشير إلى ارتفاع معدلات حيازة الراديو بالقرية إلى مافوق نسبة الـ (٩٠٪) وتصل بعض البحوث بها أحيانا إلى (٩٦٪) [٩] ، وإن كانت هذه المعدلات قد أخذت فى التناقص الطفيف بعد ذلك ، فى مقابل تزايد ملحوظ فى نسبة حيازة أجهزة التليفزيون مع استمرارية تناقض البيانات فى هذا المجال .

فإذا أخذنا عام ١٩٧٩ كسنة أساس ، فإننا نجد أن "محمد معوض" فى دراسته حول دور التليفزيون فى التنمية الاجتماعية فى الريف المصرى يذكر : أن معدل حيازة جهاز التليفزيون فى قريتى "سلامون بحرى" "وسلامون قبلى" بمحافظة المنوفية يصل إلى (١٥ر٣١٪) ، فى حين أن "كمال المنوفى" فى دراسته لبناء الاتصال فى قرية تلوانة بنفس المحافظة ونفس العام يذكر أن معدلات حيازة التليفزيون بالقرية لا تتجاوز (١٤٪) .

وفى إطار البحث الموسع الذى أجراه معهد بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى عام ١٩٧٩ ، والذى شارك فيه ستة من الباحثين ، تولى كل باحث منهم مهمة دراسة بناء الاتصال فى قرية مصرية ، نجد أن البيانات التى توفرها هذه الدراسات حول حيازة أجهزة الراديو والتليفزيون والتسجيل ، متفاوتة فى كل قرية . ففى دراسة "فتحى حامد خضر" بقرية أولية محافظة الدقهلية ، أشار إلى أن نسبة حيازة الفلاحين لأجهزة الراديو تصل إلى (٩ر٧١٪) والتليفزيون (١٦٪) وأجهزة التسجيل (٩٪) . وفى دراسة "حسن الخولى" بقرية "عصفور" محافظة الدقهلية ، أشار إلى أن نسبة حيازة الراديو تصل إلى (٩٦٪) ، وهى نسبة تفوق بكثير النسبة التى أشار إليها بحث "فتحى حامد" ، رغم إجراء الدراستين على قرى المحافظة نفسها . وفى حين أشارت نتائج دراسة بناء الاتصال بقرية "البليدة" محافظة الجيزة إلى أن حيازة أجهزة الراديو بالقرية تصل إلى (٣ر٨٩٪)

والتليفزيون إلى (٣ر٤١٪) والتسجيل إلى (٦ر١٣٪) ، أظهرت بيانات دراسة قرية "أبو مسلم" بمحافظة الجيزة أن نسبة حيازة الفلاحين بالقرية لأجهزة الراديو تصل إلى (٧٧٪) والتليفزيون إلى (٢٣٪) والتسجيل إلى (٥٪) ، مع ارتفاع ملحوظ فى نسبة حيازة أجهزة التليفزيون للجماعات التى تعمل بمهن غير زراعية (٥٠٪) والتسجيل إلى (٦ر١٦٪) ، وانخفاض فى نسبة حيازة الراديو لدى هذه الجماعات إلى (٣ر٥٨٪) .

وفى عام ١٩٨٠ أجرى المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية بحثا حول معلومات الجمهور المصرى عن أساسيات العلم والتكنولوجيا فى كل من الريف والحضر . وقد أشارت نتائج هذا البحث إلى أن حجم حيازة الراديو بالريف تصل إلى (٢ر٦٧٪) ، فى حين أن حيازة أجهزة التليفزيون فى الريف لا تتجاوز (٢ر٢٠٪) ، وهى نتائج لافتة للنظر من حيث تباينها مع كل التقديرات السابقة التى تشير إلى ارتفاع معدلات حيازة أجهزة الراديو والتليفزيون بالريف . ومع ذلك ، فإننا نجد أن بحث "نوال شاهين حسين" حول دور الإذاعة والتليفزيون فى تنمية الأسرة الذى أجرى عام ١٩٨٠ ، يشير إلى بيانات تتقارب مع بيانات المركز القومى للبحوث ، حيث أوضح هذا البحث أن نسبة حياة أجهزة الراديو والتليفزيون بقريتى البحث فى محافظة الشرقية تصل إلى (٦٠٪) و(٣٠٪) .

وفى بحث "إلهام الدسوقى" الذى أجرى حول بناء الاتصال بقرية الشناوى محافظة الدقهلية عام ١٩٨٢ ، أشارت النتائج إلى أن حجم حيازة الراديو بالقرية يصل إلى (٦ر٨١٪) ، والتليفزيون إلى (٥٠٪) ، والتسجيل إلى (١ر٢٤٪) ، والتليفون إلى (٤ر٢٪) ، ومع أن بيانات هذه الدراسة تبدو معتدلة قياسا على تقديرات البحوث السابقة ، إلا أن بيانات المسح الذى أجراه اتحاد الإذاعة والتليفزيون بعد ذلك بعام واحد أى عام ١٩٨٣ ، ترفع نسبة حيازة التليفزيون فى

المجتمع المصرى عامة بقطاعه الريفى والحضر إلى (٧٦ر٩٣٪) ، وفى الريف فقط إلى (٤٦ر٩٠٪) ، وعاد المسح الذى أجراه الاتحاد بعد ذلك عام ١٩٨٥ ليؤكد مرة أخرى أن نسبة حيازة أجهزة التليفزيون فى الريف تصل إلى (٤٦ر٩٠٪) وهو معدل يتناقض مع كل بيانات البحوث الميدانية التخصصية والتى لم تتجاوز هذه النسبة فى أى منها عن (٥٠٪) .

وواضح من العرض السابق مدى التضارب والتناقض فى البيانات التى توفرها البحوث الإعلامية حول معدلات حيازة أجهزة الإعلام بالقرية المصرية . ويعود مصدر التضارب والتناقض – على مايبدو فى جانب كبير منه – إلى عدم التمييز الدقيق بين حيازة هذه الأجهزة والتعرض لها عند استطلاع رأى المبحوث ، واعتماد أسلوب العينة العشوائية التى لاتراعى أوجه التباين والظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بين أعضاء المجتمع محل الدراسة . وهو التباين الذى يحدد قدرات كل فئة على حيازة أجهزة الإعلام . والأهم من ذلك كله ، هو أن السؤال حول موضوع الحيازة وامتلاك أجهزة الإعلام بالريف عادة ما يأتى عرضا فى المسوح والبحوث الفردية المتخصصة ، دون محاولة متعمقة لقياس الحجم الحقيقى لمعدلات حيازة أجهزة الإعلام بالقرية ، وهو مطلب مهم لكل من المخطط ومنفذ السياسة الإعلامية ، نأمل أن يغطى مستقبلا ، خصوصا وأن الملاحظ اختفاء أو تراجع اهتمام البحوث الميدانية ، منذ منتصف الثمانينيات وحتى مطلع التسعينيات ، سواء على مستوى المسوح أو الدراسات الضيقة ، لقياس معدلات حيازة أجهزة الإعلام بالقرية رغم الانطباع العام الذى يشير إلى تراجع هذه المعدلات بفعل التغيرات التى يشهدها المجتمع ، وبالذات بعد انحصار تيار الهجرة القروية الخارجية وفرص العمل بالخارج ، والتى كانت تشكل المصدر الرئيسى لحيازة الأفراد بالقرية لأجهزة الإعلام .

٢ – مؤشرات التعرض

ترتبط المؤشرات المتاحة فى هذا الجانب بحجم تعرض مختلف فئات أعضاء الجمهور بالقرية لبرامج ومضامين أجهزة الإعلام المختلفة ، ونوعية البرامج والموضوعات الأكثر رواجا بينهم ، وتحظى باهتمامهم ، وأثر المغيرات الاجتماعية كالنوع ، والعمر ، والمستوى ، التعليمى ، والدخل ... الخ ، فى تحديد طبيعة التعرض للمضامين المختلفة . ويجدر بنا هنا أن نعرض لمؤشرات كل وسيلة على حدة :

أ – الراديــو

تشير البيانات المتوافرة إلى ارتفاع معدلات تعرض القرويين لجهاز الراديو ، وبصرف النظر عن اختلاف الفترات الزمنية التى أجريت فيها البحوث ، أو تباين أنماط القرى محل الدراسة ، فإن أقل التقديرات التى أشارت إليها البحوث حول نسبة سماع القرويين للراديو لم تقل عن (١ر٧١٪) ، وارتفعت هذه النسبة فى غالبية البحوث إلى (٩٠٪) ، بل أن إحدى الدراسات الميدانية التى أجريت عام ١٩٨٠ فى منطقة نصف قطرها ١٠ كم ، وتضم مدينتى "شبين الكوم" "وبركة السبع" وقرية شنوفة بمحافظة المنوفية تصل نسبة الاستماع للإذاعة إلى (٢ر٩٩٪) (٧) .

بيد أن اللافت للنظر فى هذا المجال ، هو تذبذب البيانات التى توفرها البحوث الإعلامية حول معدلات الاستماع للراديو فى القرية ، وتفاوت هذه البيانات بين الصعود والهبوط خلال عقد الثمانينيات ومطلع التسعينيات .

فقد وصلت نسبة استماع القرويين للراديو فى المسح الذى أجراه اتحاد الإذاعة والتليفزيون عام ١٩٨٤ إلى (٦٨ر٨٢٪) ، وانخفضت فى بيانات مسح

بارومتر الاستماع الذى أجراه الاتحاد عام ١٩٨٥ إلى (٣٥ر٦٣٪) من إجمالى عينة الدراسة ، مما يشير إلى انسحاب نسبة غير قليلة من مستمعى الراديو إلى وسائل إعلامية أخرى ، ولكن عادت البيانات تشير إلى ارتفاع نسبة الاستماع للراديو . ففى الدراسة التى أجراها اتحاد الإذاعة والتليفزيون حول دور الإذاعة والتليفزيون فى التصدى لظاهرة الإدمان بين الشباب فى مايو ١٩٩٠ وصلت نسبة الذين يستمعون إلى الراديو إلى (٣ر٨٩٪) . ووصلت هذه النسبة فى إحدى الدراسات الفردية إلى (٥ر٩٨٪) للراديو بوجه عام ، وللإذاعة المحلية إلى (١٨ر٧٩٪) بوجه خاص [٨] ، الأمر الذى يشير - إذا ما اعتمدنا على هذه البيانات - إلى استعادة الراديو لفاعليته فى بناء الاتصال بالقرية المصرية فى الوقت الراهن ، بعد أن كانت هذه الفاعلية والمكانة قد تراجعت قليلا أمام تزايد انتشار أدوات الاتصال الأخرى فى القرية ، وبالذات التليفزيون وأجهزة التسجيل.

وتوضح البيانات ارتفاع معدلات الاستماع إلى الراديو فى الحضر عن الريف ، وبين المتعلمين عن الأميين ، وبين الذكور عن الأناث ، وأن أكثر الفئات العمرية اهتماما بالإذاعة هى الفئات المتوسطة العمر (٣٠ - ٤٠) سنة ، وأن نسبة الاستماع إلى الإذاعة بصفة منتظمة تتراوح فى البحوث بين (٥٦٪) و (٤ر٦٠٪) والاستماع أحيانا بين (٣٦٪) و (٩ر١٧٪) ونادرا بين (٤٪) و (٩و٣٩٪) . وتزداد نسبة الاستماع الدائم بين الفلاحين وربات البيوت والحرفيين .

وتتضارب نتائج البحوث حول المضامين والبرامج المفضلة لدى القرويين . وهو التضارب الناجم - على مايبدو - من عموميات الاستقصاء فى هذا الجانب ، وتباين اهتمامات الموضوعات البحثية محل الدراسة . فالبحث الذى يعنى بدراسة الموضوعات الدينية يظهر هذه الموضوعات فى مرتبة متقدمة فى تفضيلات

القرويين ، والبحث الذى يهتم ببرامج تنظيم الأسرة ، أو مكافحة الأمية ، أو دور الإذاعة المحلية ... الخ ، يشير إلى درجة تعرض القرويين لهذه البرامج أو تلك الإذاعة ويعطيها مركزا متقدما فى الغالب . فى حين نجد بحوثا أخرى قد لا تهتم بهذه الجوانب ، وبالتالى لا تشير من قريب أو بعيد إلى أية معدلات لتعرض القرويين لها وهكذا ... نجد نمطية فى طرح التساؤلات فى هذا الجانب ، ونمطية فى الإجابات التى يقدمها المبحوثون ، تتفق مع ماهو مطروح فى استمارة الاستقصاء ، ويترتب عليه تباين فى ترتيب أفضليات القرويين للبرامج التى تحظى باهتمامهم ، الأمر الذى يفضى إلى صعوبة صياغة مؤشرات واضحة فى هذا المجال . ومع ذلك ، فإنه يمكن القول – بصفة عامة – إن القرآن الكريم والبرامج الدينية بعامة ، ونشرات الأخبار ، والمسلسلات الإذاعية والأغانى ، وبرامج المرأة والأسرة ، وبرنامج "همسة عتاب" "وكلمتين وبس" و "على الناصية و "أغرب القضايا" من البرامج التى تحظى بمعدلات مرتفعة من التعرض نسبيا فى القرية .

ب – التليفزيون

البيانات التى توفرها البحوث الميدانية حول هذه الوسيلة الإعلامية تشير إلى أن معدلات مشاهدة التليفزيون فى القرية تتزايد بصورة مضطردة . ففى منتصف السبعينيات كان معدل مشاهدة البرامج التليفزيونية بين القرويين يصل إلى (٦٧ر٢٪) ، وارتفع فى أواخر السبعينيات (١٩٧٩) إلى (٨٩ر٤٪) ، وواصلت هذه النسبة الارتفاع فى المسح الميدانى الذى أجراه اتحاد الإذاعة والتليفزيون عام ١٩٨٥ إلى (٩٥ر٧٥٪) ، وواصلت الارتفاع فى الدراسة التى أجراها الاتحاد حول المنوعات والبرامج الترفيهية بالإذاعة والتليفزيون فى يونيو عام ١٩٨٩ إلى (٩٩ر٤٪) ، وتراجعت هذه النسبة قليلا فى بحث هبة مسعد حول تأثير وسائل

الاتصال على تنظيم الأسرة فى الريف المصرى والذى أجرى عام ١٩٩١ بقريتين مصريتين فوصلت إلى (٩٢٪) ، هذا من ناحية الإقرار العام من جانب الأفراد بمشاهدة التليفزيون . أما من حيث درجة الانتظام اليومى فى هذه المشاهدة ، فإن النسبة ترتفع من (١٠٪) فى مطلع السبعينيات ، وتواصل ارتفاعها بعد ذلك لتصل عام ١٩٨٥ إلى (٧٦٪) من إجمالى المشاهدين ، وإن كانت هذه النسبة قد أخذت فى التراجع النسبى منذ مطلع التسعينيات لتصل فى أحد البحوث إلى (٤٠٪) فقط [(٩)] .

وتظهر البيانات أن عدد المشاهدين للجهاز الواحد فى الريف يبلغ (٩ر٦) فردا ، وأن أعلى شهور السنة كثافة فى مشاهدة التليفزيون هو شهر رمضان ، وأعلى الأيام هى أيام الجمعة ، والأحد والخميس على الترتيب . كما أن أعلى فترات التعرض اليومى هى الفترة المسائية من الساعة ٦ إلى الساعة ٨ ، ثم فترة السهرة ، فالفترة الصباحية . كما تظهر البيانات أن القناة الأولى – بصفة عامة – تتفوق على القناة الثانية من حيث معدلات التعرض ، ولكن عندما تزداد كثافة المشاهدة فى قناة خلال فترة زمنية ، فإن كثافة المشاهدة على القناة الأخرى تنخفض إلى حد كبير ، ويبلغ متوسط ساعات المشاهدة اليومى للمبحوث فى الريف إلى مايقرب من ثلاث ساعات ونصف ، ويتزايد إقبال الإناث على مشاهدة التليفزيون فى الريف بالمقارنة بالذكور ، كما أن معدلات التعرض المنتظم للتليفزيون فى الحضر أكبر من الريف ، ولا توجد علاقة بين المتغير التعليمى وحجم التعرض للتليفزيون.

جـ – الصحف

البيانات الميدانية المتوفرة حول معدلات التعرض للصحف بالقرية محدودة للغاية ،

والدراسات الميدانية حولها نادرة . وحتى تلك البحوث التى عنيت ببحث بناء الاتصال فى القرية المصرية ، واهتمت ببيان مركز كل وسائل الإعلام فى القرى محل الدراسة ، لم تشر إلا لعدد النسخ التى تصل إلى كل قرية ، دون محاولة رصد وتتبع أساليب تعرض أو تعامل الأفراد مع الصحف ، وانصب كل الاهتمام على الوسائل المرئية والمسموعة . وفى إطار محدودية البيانات ، والحاجة إلى تعميق البحث فى هذا الجانب على ضوء المؤشرات التى تشير إلى الارتفاع المضطرد فى نسبة المتعلمين و الحاصلين على مؤهلات دراسية بالقرية المصرية ، فإننا يمكن القول إن البيانات المتوافرة حتى الآن تشير إلى أن معدل قراءة الصحف لم يتجاوز (٢ر٤٣٪) من إجمالى عدد القادرين على القراءة فى أية عينة بالريف ، وأن نسبة الانتظام اليومى فى قراءة الصحف بين هؤلاء الأفراد لم تتجاوز وفق أكثر التقديرات تفاؤلا (٣ر٣٢٪) من إجمالى قراء الصحف ، فى حين يتراوح المعدل الطبيعى للانتظام فى قراءة الصحف بين (٤ر٦٪) و (٤ر٢٦٪) ويستمع إلى قراءة الصحف (٢ر١٨٪) ، فى حين تصل معدلات تعرض قادة الرأى فى القرية المصرية إلى مايقرب من (٨٠٪) .

وبخلاف ماتقدم ، نجد علاقة معنوية دالة بين الحالة التعليمية وتكرار التعرض للصحف ، وأن الذكور أكثر إقبالا من الإناث على قراءة الصحف ، والشباب أكثر من الشيوخ . ولاتقدم البحوث التى أمامنا ، أية بيانات حول الموضوعات أو المضامين المفضلة فى الصحف لدى القرويين ، أو أنواع الصحف الأكثر رواجا بينهم ، أو الوقت المستغرق فى التعرض للصحيفة الواحدة ، وهى كلها جوانب مهمة ، وفى حاجة إلى تعميق البحث حولها على ضوء التغيرات الجديدة التى شهدتها القرية المصرية .

د – الڤيديو

لا توفر البحوث الإعلامية فى القرية المصرية أية بيانات يعتد بها حول معدلات حيازة أو تعرض القرويين لأجهزة الڤيديو . وتقدم دراسة الڤيديو والناس (نوال عمر ١٩٩٠) بعض النتائج المتناقضة حول الدور الإعلامى لهذه الوسيلة الإعلامية فى القرية المصرية ، منها أن ٩٩٫٢٪ فى الحضر و(٤٤٫٤٪) فى الريف من ذوى المؤهلات العليا يشاهدون الڤيديو ، وأن الڤيديو يستحوذ على المشاهدين فى سن الشباب ، وأن أفلام الڤيديو لاتهتم بالثقافة ولاتؤثر فى أفراد المجتمع ، ولم تنجح أفلام الڤيديو فى ترسيخ قيمة الانتماء للوطن ، ولكنها نجحت فى ترسيخ قيمة العدالة . والڤيديو فشل فى ترسيخ القيم بنسبة كبيرة ، ولكنه له دور إيجابى وآخر سلبى وذلك وفقا للحالة التعليمية . وفى دراسة تأثير التليفزيون والڤيديو على القرية المصرية (عبد الوهاب ، كحيل ١٩٨٧) اقتصرت نتائج الدراسة على الحديث عن انتشار الڤيديو فى المقاهى فى كثير من القرى ، وأن دخول هذه الوسيلة الإعلامية إلى القرى أدى إلى تعود السهر بعيدا عن المنازل ، ولهذا آثاره الاجتماعية والاقتصادية بعيدة المدى ، على حد قول الدراسة دون محاولة تحديد حجم هذا الانتشار ، وطبيعة التأثيرات التى يتركها جهاز الڤيديو على الحياة الثقافية والاجتماعية فى القرية المصرية .

هـ – أجهزة التسجيل والتليفون

لاتتوافر حولها أية دراسات خالصة حتى الآن يمكن أن نعرض لها ولدورها فى بناء الاتصال الراهن فى القرية المصرية ، رغم تزايد الانطباع بانتشار هذه الوسائل الاتصالية مؤخرا بالقرية المصرية ، وفاعلية دورها فى بناء الاتصال وتناقل المعلومات بالقرية المصرية .

وعلى ضوء ماتقدم ، يصبح من المفيد تقييم الواقع الراهن للبيانات المتوافرة حول معدلات التعرض لأجهزة الإعلام وذلك على النحو التالي :

- تتناقض البيانات المتوافرة حاليا حول المعدلات الحقيقية للتعرض لكل وسيلة إعلامية ، وبالذات الراديو والتليفزيون ، كما تتناقض البيانات أيضا حول البرامج والموضوعات المفضلة لدى القرويين .
- لا تتوافر بيانات دقيقة حول معدلات الحيازة ، أو التعرض لوسائل اتصالية جديدة دخلت القرية ، وعلى رأسها الفيديو وأجهزة التسجيل والكاست .
- البيانات المتوافرة حول أساليب التعرض أو التعامل مع الصحف بالقرية محدودة ، وفي حاجة إلى تدعيم على ضوء التغيرات الجديدة التي عايشتها القرية المصرية مؤخرا .
- لا تتوافر حاليا أية مؤشرات واضحة حول سلوك تعرض القرويين لكل وسيلة إعلامية ، وأسلوب تعاملهم معها ، أو رؤيتهم لوظيفتها .
- لا تتوافر مؤشرات حول مدى فهم واستيعاب القرويين للمضامين الإعلامية التي يتعرضون لها ، أو مدى استفادتهم من هذه المضامين في حياتهم اليومية .

٣ - مدى الاعتماد على وسائل الاتصال

تتسم البيانات المتوافرة حول هذا الجانب بالعمومية والتضارب ، ولا تتوافر مؤشرات متعمقة ودقيقة حول حقيقة مركز كل وسيلة إعلامية في القرية المصرية ، أو دور أنماط الاتصال المختلفة ، ومدى فاعلية كل نمط ، ودرجة اعتماد القرويين عليه ... الخ .

فقد أشارت بعض البحوث إلى أن التليفزيون هو أكثر وسائل الإعلام فاعلية وقدرة على إقناع القرويين . فقد أشارت "مهجة حسن" - فى دراستها حول "تأثير وسائل الاتصال على تنظيم الأسرة فى الريف المصرى"[10] - ، إلى أن التليفزيون يأتى فى المرتبة الأولى بنسبة (٩٢٪) ، والراديو فى المرتبة الثانية والجرائد والمجلات فى المركز الثالث والرابع . كما أشارت "نوال عمر" إلى أن التليفزيون يأتى فى المرتبة الأولى من حيث القدرة على الإقناع بنسبة (٣٣ر٧٣٪) ، ويلى ذلك الراديو بنسبة (٦٢٪) ، فالاتصال الشخصى بنسبة (٥٩٪) ، فالصحف بنسبة (٦٦ر٥٣٪)[11] .

وعلى نفس المنوال ، أشار "على صالح أبو العز" - فى دراسته حول "تقييم البرامج الريفية فى تليفزيون جمهورية مصر العربية"[12] - إلى أن التليفزيون كان أكثر أهمية فى نشر المعرفة بالتأمين على الماشية والتلقيح الصناعى وعلف الفيل ، حيث سمع الزراع عينة الدراسة عن موضوع تأمين الماشية من عدة مصادر هى : التليفزيون بنسبة (٨ر٢١٪) فالإذاعة (٦ر١٧٪) فالصحف (٣ر٧٪) فالنشرات (٧ر٩٪) ، المرشد الزراعى (٥ر١١٪) الجيران والأصدقاء (٧ر١٢٪) .

وتظهر بحوث أخرى أن الراديو هو أكثر وسائل الاتصال فاعلية وانتشارا فى القرية المصرية ، ويتفوق على بقية وسائل الإعلام الأخرى فى مجال نشر المعرفة والمعلومات بين القرويين . فقد أوضح "محيى عبد الحليم" فى دراسة حول الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام المحلى أن الراديو هو أقدر الأجهزة الحكومية وغير الحكومة على توصيل الرسائل الإعلامية إلى القرويين[13] ، وهو ما يؤكده أيضا "محمد معوض" فى بحثه حول دور التليفزيون فى التنمية الاجتماعية فى الريف المصرى ، حيث أوضح أن أهم مصادر المعرفة فى الريف هى الراديو (٦ر٨٩٪) فالتليفزيون (٣ر٧٣٪) فالاتصال الشخصى (٧ر٥٥٪) فالصحف

(٢ر١٤٪)[١٤] . وأشارت دراسة عبد الفتاح عبد النبى[١٥] إلى أن الراديو لايزال يحتل مكانة متميزة بين أجهزة الاتصال بالقرية ، وأن مكانة وكثافة استخدام القرويين للتليفزيون أخذة فى التراجع فى الوقت الراهن بالمقارنة بحقبتى السبعينيات والثمانينيات . كما يتراجع مركز الصحف ، حيث لم تتجاوز نسبة التعود على القراءة (٢٠٪) من إجمالى المبحوثين القادرين على القراءة ، وفى المقابل حدث تحسن ملحوظ فى مركز أجهزة التسجيل فى القرية المصرية ، وكذا مكبرات الصوت والتليفون ، وأجهزت الفيديو .

وعلى النقيض مما تقدم ، أظهرت بحوث أخرى أن الاتصال الشخصى يتفوق على وسائل الاتصال الجماهيرى كمصدر للإعلام والمعرفة بالموضوعات المختلفة ، فقد أشارت "نادية سالم" فى بحثها حول تأثير وسائل الإعلام على المشاركة السياسية لدى المواطن المصرى ، إلى أن المبحوثين يعتمدون على الاتصال الشخصى أكثر من وسائل الاتصال الجماهيرى فى معرفة المعلومات عن الأحداث السياسية المركزية والمحلية . كما أشارت "سامية رزق" فى بحثها حول دور الاتصال الشخصى فى نشر الأفكار الزراعية المستحدثة فى المجتمعات الريفية[١٦] إلى أن جميع المرشدين الزراعيين سمعوا عن فكرة القمح "شناب" من وكيل الإرشاد بالمركز ، وأن نسبة أقل من النصف (٥ر٤٢٪) عرفت عن طريق المطبوعات المتخصصة فى الزراعة ، وأن أكثر من نصف مجموعة الدراسة من المرشدين (٥ر٥٧٪) يعتمدون فى توصيل الفكرة إلى الزراع على القادة المحليين دون غيرهم من وسائل الاتصال . وأظهر بحث "على عجوة" حول دور الإعلام فى تنظيم الأسرة بالريف أن الاتصال الشخصى متفوق على وسائل الإعلام كمصدر للإعلام عن وسائل تنظيم الأسرة . وتخلص "شاهيناز طلعت" فى بحثها حول دور وسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية فى مصر بالتطبيق على إحدى القرى

المصرية ، أن وسائل الإعلام الجماهيرى أكثر فاعلية فى نشر المعلومات من الاتصال الشخصى فى حين أن الاتصال الشخصى أكثر قدرة من وسائل الإعلام الجماهيرى فى تحقيق الإقناع بالأفكار المختلفة . فى حين يذكر "محمود عودة" فى دراسته حول أنماط الاتصال والتغير الاجتماعى فى قرية مصرية ، أن الاتصال الشخصى أكثر قدرة وأهمية من الاتصال الجماهيرى فى نشر المعلومات حول الموضوعات الاجتماعية .

ومن المؤكد أن هذا التناقض والاختلاف فى تحديد مراكز وأدوار وسائل الإعلام المختلفة ، ودرجة اعتماد القرويين عليها ، يعود فى جانبه الأكبر إلى عدم وجود لغة مشتركة أو أطر نظرية واضحة تنطلق منها البحوث فى هذا المجال ، ولم نسمع عن بحث أو دراسة واحدة عنيت أساسا بهذا الموضوع كهدف رئيسى لها ، ولكن الأمر يأتى عرضا فى سياق استمارة استبيان أو استقصاء للرأى ، تتحدد نتائجه على ضوء موضوع البحث ، والاستجابات اللفظية للمبحوث ، فى حين أن الأمر يتطلب معالجة منهجية متكاملة ، ودراسات موسعة أعمق من ذلك بكثير ، يتحدد فى إطارها المصدر الأكثر كفاءة فى ترويج المعلومات بين القرويين ، ودرجة اعتمادهم على هذا المصدر ، ومدى التكامل أو التفاعل بين أنماط الاتصال المختلفة بالقرية المصرية ، وهو ما نأمل أن تتجه إليه البحوث الإعلامية مستقبلا.

٤ – مؤشرات التأثير والفاعلية

يغلب على البيانات المتوافرة حول هذا المؤشر – على كثرتها – طابع الاستنتاج والتخيل ، الذى يعتمد على استجابات المبحوث اللفظية على أسئلة الاستبيانات . وعادة ما يربط الباحث بين نتائج إقرار المبحوث بالتعرض لوسائل الإعلام والتأثر بمضامين هذه الوسائل ، وهو – كما أوضحنا من قبل – مؤشر مضلل ؛ لأن

إبداء الرأى بالموافقة أو الرفض لايعنى الممارسة والسلوك من ناحية . ومن ناحية أخرى يتجاهل مثل هذا الربط فى أحيان كثيرة الأخذ فى الاعتبار سمات المضمون المقدم ، ومدى فهم المبحوثين واستيعابهم له أو تأثرهم به فى مجرى حياتهم اليومية . وفى المقابل ، نجد أن التأثيرات التنموية لأجهزة الإعلام هى فى الأساس تأثيرات تراكمية وممتدة ، ويصعب الحصول على مؤشرات دقيقة حولها فى لحظة آنية ، فى حين أن معظم ، إن لم يكن ، كل البحوث الميدانية التى أجريت على القرية المصرية كانت آنية تبغى الحصول على بيانات سريعة ولحظية حول موضوع بحثها ، ومن ثم اهتمت فى جانبها الأكبر بالجوانب الوصفية ، والكمية ، مثل حجم الحيازة ، والتعرض ، والإلمام بموضوع معيَّن ... الخ ، دون محاولة تتبع أساليب تشرب القرويين للمضامين الإعلامية ومدى فهمهم الحقيقى لها ، ودرجة تأثير هذه المضامين على تصوراتهم أو مواقفهم الحقيقية إزاء قضايا ومشكلات واقعهم المحلى .

وفى إطار هذه المحاذير ، تقدم لنا البحوث الميدانية بالقرية المصرية بعض المؤشرات حول تأثيرات أجهزة الإعلام بالقرية المصرية على النحو التالى :

- يؤدى الاستماع إلى الراديو بين الأميين إلى زيادة عدم الرضا والرغبة فى التغيير وزيادة الاستعداد والتدريب والبحث عن الحلول الإيجابية لمواجهة المشكلات ، ويزيد من الرغبة فى النزوح من المجتمع المحلى ، فى حين لا يؤثر التعرض للراديو على النظرة حيال المرأة . وقد يؤثر على بعض العادات والتقاليد ويضيف شيئا من العقلانية أو النظرة العلمية لبعض الاتجاهات ، وينمى حب الاستطلاع للمعرفة ويروج لبعض القيم المدنية ، ويرشد العادات السلوكية ، ويزكى النظرة الموضوعية للأمور(١٧) .

- نجحت البرامج الريفية بالإذاعة فى التأثير على آراء القرويين الخاصة بالوعى الصحى والمشاركة أو المساهمة فى مشروعات إصلاح القرية ، وفشلت فى التأثير على آراء مرتبطة بقيم أساسية لدى المبحوثين .
- ساعدت البرامج الريفية فى تزويد نسبة لا بأس بها من الأفراد بمعلومات مقبولة فى عدة موضوعات منها : التجميع الزراعى ، التأمين على الماشية ، عمال التراحيل ، مجالس القرى[١٨] .
- يرتبط أبناء المجتمع المحلى بالإذاعة الإقليمية كوسيلة فعالة لحل مشكلاتهم والتعبير عن آرائهم ، وأن لإذاعة وسط الدلتا تأثيرا واضحا فى تغطية المنطقة المحلية المستهدفة إذاعيا ، وأن جميع البرامج والمواد الإذاعية التى تقدمها هذه الإذاعة تلقى تعرضا من جانب المستمعين لها . ويفضل الجمهور فيها القرآن الكريم ، والأغانى ، وبرامج الخدمات والأخبار على التوالى[١٩] .
- ساعد الراديو والصحف فى تزويد القرويين بالمعرفة حول السد العالى والوادى الجديد وغيرهما من الموضوعات غير المحلية .
- ساهم البرنامج العام فى دفع (٤٨٫٧٪) من المبحوثين إلى مناقشة الموضوعات السياسية مع الآخرين ، كما ساهم فى دفع (٣٦٫٦٪) إلى حضور اجتماع أو ندوة ، وساهم فى دفع (١٨٫٩٪) إلى انتخاب رئيس الجمهورية ، وساهم فى دفع (١٣٫٣٪) من المبحوثين إلى تقديم شكوى إلى مسئول حكومى[٢٠] .
- وسائل الإعلام قنوات ذات فاعلية فى نشر المعلومات بالقرية ، وتصل معظم رسائل وسائل الإعلام إلى غالبية الجماهير ، ويوسع التعرض لها آفاق الفلاحين ، ويوجه اهتمامهم إلى المسائل القومية أكثر من المسائل المحلية . وتساهم هذه الوسائل فى عملية اتخاذ القرارات التى تصاحب التغيير الاجتماعى[٢١] .

- تزاول وسائل الإعلام تأثيرا قويا على المشاركة السياسية ، ويرتبط ذلك بالوضع الاقتصادى والاجتماعى للمواطنين الذين يتعرضون للوسائل الإعلامية المختلفة كما توجد علاقة طردية بين التعرض لوسائل الإعلام ومعلومات المواطن المصرى الريفى عن الأجهزة السياسية . كما تمارس وسائل الإعلام أثرا كبيرا على نظرة المواطن المصرى الريفى إلى هويته[٢٢] .
- لا توجد علاقة بين كل من مشاهدة التليفزيون والاستماع للراديو من جانب والمعرفة بكل من القيادات والمؤسسات السياسية وكذا الاتجاهات نحوها . فى حين توجد علاقة بين قراءة كل من الجرائد الحكومية والحزبية والمجلات ، وكذا الاتصال الشخصى والمعرفة بكل من القيادات والمؤسسات السياسية والاتجاهات نحوها[٢٣] .
- تؤدى قراءة الصحف إلى زيادة الشعور بالرضا ، وزيادة التفتح والرغبة فى التغيير ، ورفع درجة الطموح الشخصى[٢٤] .
- توجد علاقة إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام وارتفاع نسبة الموافقة على حقوق المرأة فى التعليم (٦ر٦٠٪) وفى العمل (٥ر٥١٪) وفى اختيار شريك الحياة (٦ر٦٥٪)[٢٥] . وفى المعرفة بوصول المرأة إلى منصب وزير ورئيس وزراء فى بعض الدول الأجنبية[٢٦] .
- لا تؤدى مشاهدة التليفزيون إلى دور رئيسى فى اكتساب المهارات ونماذج السلوك الجديدة ، مقارنة بعوامل أخرى ، أو لا يتجاوز دورها كونها عادة يومية يمارسها الآباء والأبناء معا[٢٧] .
- يوجد اقتران بين التعرض للبرامج الصحية وأوجه الاستفادة منها ، وزيادة الوعى الصحى لدى القرويين[٢٨] .

- أدت عادات المشاهدة للفيديو والتليفزيون إلى القضاء على سمة المسامرة ، وتبادل الخبرات ، وتعليم الصغار من الكبار ، والمحافظة على القيم والتراث[٢٩] .
- تقوم وسائل الإعلام الجماهيرى بدور رائد فى نشر المعرفة والمعلومات عن المستحدثات الجديدة ، فى حين تقوم وسائل الاتصال الشخصى بالدور الرئيسى فى إقناع الأفراد بمميزات هذه المستحدثات ودفعهم إلى التبنى . ويلعب التليفزيون فى ذلك دورا رئيسيا فى التعريف بالمستحدثات والأفكار الجديدة فى المناطق الريفية . فقد كان مصدراً رئيسياً للمعرفة بعلاج البلهارسيا (٣ر٩١٪)[٣٠] .
- أحدث دخول أدوات الاتصال الحديثة بالقرية مجموعة من التأثيرات على مستوى مجتمع القرية ، وعلى مستوى الأسرة ، وعلى المستوى الفردى [٣١] . فعلى المستوى الأول ، ساهمت هذه الأجهزة فى تدهور مكانة ونفوذ بعض الشخصيات والزعامات التقليدية بالقرية ، ولم تترك هذه الأجهزة أية تأثيرات تُذكر على معدلات الإنتاج بالقرية ، كما ساهمت فى اختفاء بعض العناصر الثقافية مثل المصطبة ، وبناء المآذن والبيوت . وعلى المستوى الثانى ، أثرت هذه الأجهزة فى تدعيم التحول فى بناء الأسرة الريفية من الأسرة الممتدة إلى الأسرة النووية ، وتدعيم مكانة المرأة الريفية وتنشئة الطفل القروى ، وتحول الأنماط الاستهلاكية وعادات الطعام للأسرة الريفية . وعلى المستوى الثالث ، ساهمت أجهزة الاتصال فى تحسين وعى القرويين ومعارفهم بالحقوق والقضايا المحلية والقومية ... الخ .

٥ - مؤشرات حول المضامين الريفية

البيانات المتوافرة فى هذا الجانب محدودة بمحدودية عدد الدراسات التى أجريت حتى الآن بغية الكشف عن طبيعة المضامين الريفية المثارة عبر أجهزة الإعلام المختلفة . فالأمر لايتجاوز بضع دراسات محدودة فى نطاقها وأهدافها ، ومع ذلك يمكن تلمس المؤشرات التالية من هذه الدراسات :

- لم تتجاوز نسبة البرامج الريفية (٤ر٠٪) من إجمالى ساعات الإرسال التليفزيونى عام ١٩٧٨ ، كما تهتم هذه البرامج بتقديم مضمون يتعلق بالإنتاج الزراعى بشقيه النباتى والحيوانى أكثر من الاهتمام بجوانب الحياة الاجتماعية بالقرية[٣٢] .
- يظهر المجتمع الحضرى فى مسلسلات التليفزيون بنسبة (٨٠٪) ، فى حين يظهر المجتمع الريفى فى هذه المسلسلات بنسبة (٢٠٪) فقط[٣٣] .
- تعتمد غالبية البرامج الريفية المذاعة فى تقديمها على أسلوب الحوار أكثر من تقديم المعلومات بصوت المذيع فقط ، كما تعتمد غالبية البرامج الريفية على المصادر المتخصصة أو المسئولة أكثر من اعتمادها على المذيع فقط[٣٤] . وتقدم (٣٥٪) من فقرات البرامج الريفية باللغة العامية ، (١٩٪) بالفصحى ، (٤٩٪) جمعت بين العامية والفصحى [٣٥] .
- يظهر الفلاح فى الأفلام والمسلسلات والتمثيليات وهو أمى بنسبة (٤ر٥٦٪) ، كما يظهر وهو لا يقتنع بالطب والعلاج عن طريق الأطباء بنسبة (٦ر٥٥٪)[٣٦] .
- قلة اهتمام الصحف اليومية بشئون الريف ، ولا تتجاوز المساحة المخصصة لهذا القطاع على صفحات هذه الصحف نسبة (٢ر١٪) من مساحتها الكلية . كما يرتبط ظهور المواد الريفية على صفحات هذه الصحف بنشاط المسئولين والمناسبات العامة . كما ترد غالبية المواد الريفية على لسان المسئولين

الحكوميين دون غيرهم من المصادر[٣٧] .

ومن المؤكد أن الأمر فى حاجة إلى تجاوز مثل هذه المؤشرات الكمية – على قلتها – إلى الجوانب الكيفية للمضامين الموجهة إلى القطاع الريفى ومنها :

- نوعية الأفكار والتصورات التى تحملها هذه المضامين .
- الجوانب القيمية فى هذه المضامين .
- مدى كفاية هذه المضامين وقدرتها على تلبية احتياجات القطاع الريفى من المعرفة .
- وظائف وأهداف المضامين الريفية .
- مدى مواكبة هذه المضامين مع برامج وخطط التنمية المستهدفة بالقطاع الريفى .

خامسا : الموقف البحثى والبحث الراهن

يتسم الموقف البحثى الراهن حول الإعلام والقرية المصرية فى عموميته – وعلى ضوء العرض السابق – بالضعف والقصور ، ومؤشرات ذلك نوجزها فيما يلى :

١ – غياب وجود أطر نظرية واضحة للجانب الأكبر من البحوث الإعلامية ، وقيام معظمها على التصور التقليدى (المثير – الاستجابة) أو (التعرض – التأثير) وهو التصور التقليدى السائد منذ مطلع الثلاثينيات من هذا القرن ، وتجاوزته الاتجاهات الحديثة فى بحوث التأثير الإعلامى .

لقد أصبح من الصعب التسليم بمحورية عمليات أجهزة الإعلام فى التغيير الاجتماعى فى الريف المصرى ، حيث توضح الدراسات النقدية لأجهزة الإعلام أن الآثار التى تحدثها هذه الأجهزة فى تعديل السلوك ضئيلة للغاية ، وأن أجهزة الإعلام الجماهيرى لا تمارس تأثيرا على السلوك

الفعلى للأفراد ، مثل التأثير الذى تمارسه النظم والمؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والدينية والتعليمية والقرابية وغيرها التى يعمل فى إطارها الأفراد ، وترتبط بظروف حياتهم الفعلية ، حيث تتمتع مثل هذه النظم بالإضافة إلى الفترة الطويلة التى يستغرقها نشاط كل منها بالتأثير على الفرد فى إطار عملية التنشئة الاجتماعية منذ الطفولة .

إن الاتصال بأشكاله وأساليبه المختلفة لايخلق حقائق ، وإنما يعكس حقائق قائمة ، ويميل فى الجانب الأكبر من عملياته إلى التدعيم والمحافظة على الأوضاع القائمة وتثبيتها أكثر من تغييرها ، وذلك على ضوء الطريقة التى يوظف بها الاتصال فى المجتمع ، وبالتالى فإن فهم آليات الاتصال فى القطاع الريفى وفى فترة زمنية معينة لا يتسنى بمعزل عن فهم الجوانب التالية:

أ - وضعية أجهزة الاتصال فى المجتمع وعلاقتها بالبناء السياسى والاجتماعى ، بل والمجتمع الدولى ومؤسسات الاتصال الدولية .

ب - البنية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية فى القرية المصرية ، وعلاقة هذه البنية بالبناء الأكبر للمجتمع المصرى .

جـ - الخلفية الاجتماعية والثقافية للقائمين بالاتصال فى المؤسسات الإعلامية ، ومدى فهمهم لدورهم وللجمهورالقروى الذى يتوجهون إليه .

د - طبيعة المضمون الإعلامى الموجه إلى القطاع الريفى ، وتحديد سمات هذا المضمون وخصائصه ، والوقوف على نوعية القيم والأفكار التى يسعى إلى طرحها واثارتها ، وحجم الاهتمام بقضايا ومشكلات القطاع الريفى .

هـ - تحليل مختلف فئات الجمهور القروى والتعرف على سماتهم وخصائصهم الاجتماعية والثقافية ، وكذا حجم تعرض كل منهم للمضمون الإعلامى واستخدامه له ، والموضوعات التى تحظى باهتمامهم ، وأشكال الإشباع التى تحققها لهم .

و - تحديد وحدة التأثير ومستواه ، وما إذا كانت هذه الوحدة هى الفرد ، أم الأسرة ، أم المجتمع القروى ككل ، مع ضرورة التمييزبين التأثيرات الآنية والسريعة لعمليات أجهزة الإعلام والتأثيرات التراكمية والممتدة لهذه الأجهزة ، وكذا بين التأثيرات فى المعارف أو الاتجاهات أو السلوك .

إن النظر إلى تأثير أجهزة الإعلام فى المجتمع القروى يصعب الكشف عنه فى لحظة آنية لكن الأمر يتطلب دراسة تتبعية ومقارنة وتكامل منهجى ، يقوم عليه فريق بحثى متعدد التخصصات فى إطار برنامج موسع يستطيع أن يتناول الأبعاد المختلفة لعمليات أجهزة الإعلام فى القطاع الريفى ورصد وتحليل تأثيرات هذه الأجهزة ، على ضوء الوسط الاجتماعى ، والثقافى الذى تعمل فيه فى القطاع الريفى .

٢ - غياب الرؤية التكاملية فى البحث الإعلامى فى القرية ، ويتبدى ذلك على مستويات عدة منها :

تركيز الدراسات على أطراف أو عناصر معينة فى العملية الاتصالية، وإهمال الأخرى ، فنجد - مثلا - تزايدا فى الاهتمام بدراسات الجمهور ، وغياب الدراسات الخاصة بالقائم بالاتصال .

النظرة الجزئية المحدودة للموضوعات المبحوثة ، التى لا تأخذ فى اعتبارها السياق المجتمعى الأكبر لهذه الموضوعات بأبعاده السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

٣ - صياغة المشكلات والموضوعات البحثية تتسم فى غالبيتها بالعمومية وتفتقر إلى التعمق والتحديد ، ويتبدى هذا بوضوح عند مراجعة عناوين هذه البحوث أو الأهداف التى أعلنت عنها ، وترتب على ذلك انفصال واضح بين بدايات ونهايات هذه البحوث ، أو بين التساؤلات والإجابات أو بين الافتراضات والنتائج التى توصلت إليها .

٤ - الأساليب والأدوات المنهجية المستخدمة محدودة وقاصرة عن تحقيق أهداف هذه البحوث . فقد أظهر البحث الاعتماد الشديد فى غالبية البحوث الإعلامية على أداة الاستبيان بمفردها لتحقيق أهدافها ، رغم الصعوبات الشديدة التى تواجه تطبيق هذه الأداة فى القرية ، وتحد من كفاءتها فى توفير بيانات دقيقة وموثوق بها .

وفى رأينا ، فإن الأساليب والأدوات المنهجية التى ينبغى أن يعنى بها البحث الإعلامى فى القرية المصرية ، من أجل الحصول على بيانات كيفية موثوق بها تتحدد فى الملاحظة بالمشاركة ، والمناقشات الجماعية والحوارات المتعمقة ، ودراسة الحالة ، والمنهج المقارن ، والدراسات التتبعية .

٥ - غيبة التفسير الاجتماعى أو الكيفى للبيانات والمؤشرات التى توفرها هذه البحوث .

٦ - وأخيرا ، عدم مواكبة هذه البحوث للتغيرات الجديدة التى طرأت مؤخرا على القرية المصرية . لقد شهد المجتمع القروى فى الحقب الأخيرة العديد من التغيرات منها :

تزايد تيار الهجرة الخارجية ذهابا وإيابا ، والرواج المادى لدى بعض الفئات ، والارتفاع النسبى فى معدلات التعليم والوعى لدى القرويين والتغير فى بناء الأسرة ، ودور المرأة الريفية وتغلغل بعض الأنماط الحضرية ... الخ. وأمام هذه التغيرات أصبحنا فى وضع يتطلب العديد من البيانات والمؤشرات حول :

- الاحتياجات الإعلامية الجديدة للقرية المصرية .
- أنماط الاتصال الأكثر رواجا وفاعلية بالقرية حاليا .
- مدى اعتماد القرويين على وسائل الاتصال كمصدر للمعرفة .
- مدى التفاعل بين أنماط الاتصال المختلفة .
- نوعية قيادات الرأى الجدد بالقرية .
- علاقة الإعلام بما تشهده القرية من تغييرات فى المجالات التالية :

السلوك الاستهلاكى ، العادات الغذائية، تنشئة الطفل ، البناء الأسرى ، العلاقات العائلية ، التغيرات القيمية وبالذات فيما يتعلق بالأرض والهجرة ، والادخار ، والتعاون والتدين ... الخ .

- مواقف وتصورات القرويين وأسلوب تفاعلهم مع أجهزة الإعلام .

وأيا كان الأمر ، فإن ثمة بعض القضايا الإعلامية التى أصبحت تفرض نفسها وبإلحاح حاليا وعلى البحث الإعلامى مهمة مواجهتها مستقبلا ومنها :

- مصداقية أجهزة الإعلام فى الريف على ضوء الممارسات والخبرة التاريخية لدى القرويين مع هذه الأجهزة .
- العلاقة الراهنة بين نمطى الاتصال الجماهيرى والشخصى فى القرية ، وكيفية تحقيق التكامل بين كلا النمطين مستقبلاً لصالح التنمية المرتقبة

بالقطاع الريفى .

- تأثير انتشار تكنولوجيا الاتصال الصغيرة : الڤيديو ، شرائط الكاست ، التليفون وغيرها فى المجتمع الريفى ، وإلى أى حد تساعد هذه التكنولوجيا على التكامل أو الانفصال بين نسق الاتصال الجماهيرى المركزى ونسق الاتصال الشخصى المحلى فى المجتمع القروى .
- تأثير البث التليفزيونى الخارجى المباشر والمرتقب على المجتمع القروى والثقافة المحلية .
- العوامل والأسباب التى أعاقت تجارب إقامة نسق للاتصال الجماهيرى المحلى (إذاعة ، صحافة ، تليفزيون) فى المناطق المحلية ، وكيفية التغلب على هذه العوائق .
- الاحتياجات الإعلامية للقرويين والمصادر الأساسية التى يعتمدون عليها لإمدادهم بالمعلومات والمعارف المختلفة .

وعلى ضوء العرض السابق ، تتضح أهمية البحث الراهن الذى نسعى من خلاله لوصف وتحليل بناء الاتصال بالقرية المصرية . فهو من ناحية محاولة لتوفير مؤشرات واقعية حول عدد من الجوانب والقضايا الإعلامية السابق الإشارة إليها كما أنه من ناحية أخرى ، تطوير للدراسات التى سبق للمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية إجراؤها بالقرية المصرية . فقد سبق للمركز القيام بدراستين مهمتين فى هذا المجال : الدراسة الأولى ، استهدفت تقويم وسائل الإعلام فى الريف "البرامج الريفية بالإذاعة" . واستهدفت الدراسة الثانية بحث تأثير التكامل بين وسائل الإعلام وأجهزة الخدمات على التنمية الريفية .

لقد انصب البحث الأول على الإذاعة ، وجرى التحرك فى هذا البحث على ثلاثة مستويات أساسية : المستوى الأول ، تحديد فهم الريفيين للبرامج الريفية .

والمستوى الثانى ، بحث تأثير البرامج الريفية على معلومات وآراء الريفيين . والمستوى الثالث ، تحليل مضمون البرامج الريفية ، وقد اتبع البحث فى دراسته للمستوى الأول والثانى الطريقة التجريبية ، التى تقوم على أساسى انتقاء عينة تجريبية وأخرى ضابطة من المشتغلين بالزراعة ، والذين لاتقل أعمارهم عن ١٥سنة كما استخدم استمارة البحث لقياس حجم التعرض والوقوف على آراء ومعارف المبحوثين فى كل من العينة التجريبية والأخرى الضابطة . وفى المستوى الثالث ، طبق تحليل المضمون على دورة إذاعية كامله للتعرف على حجم ونوع المضمون الريفى المطروح .

وفى بحث تأثير التكامل بين وسائل الإعلام وأجهزة الخدمات على التنمية الريفية ، تحددت وسائل الإعلام فى الراديو ، والتليفزيون ، والصحف ، والمجلات ، واتبعت الطريقة التجريبية أيضا ، حيث طبق البحث فى أربع قرى : "هو" ، "والرحمانية" بمحافظة قنا ، "والرجدية" ، "ودمرو" بمحافظة الغربية ، وتحددت عينة البحث على أساس :

- عينة لاتتعرض لأى وسيلة إعلامية ، وتكون بمثابة المجموعة الضابطة .
- عينة تتعرض للراديو فقط .
- عينة تشاهد التليفزيون فقط .
- عينة تشاهد التليفزيون وتسمع الراديو معا .
- عينة تسمع كل وسائل الإعلام راديو وتليفزيون ، وتقرأ الصحف والمجلات .

ومع دقة الإجراءات المنهجية فى البحثين المشار إليهما ، والأهمية البالغة للنتائج النهائية لهما ، إلا أن بياناتهما تظل فى حاجة إلى تحديث ، فقد انقضت فترة طويلة نسبيا على إجرائهما ، شهدت خلالها الأوضاع فى القرية المصرية تغييرات وتحولات عدة كان لها بلاشك تأثيرها على بناء الاتصال القائم بالقرية .

وكما أشرنا من قبل اقتصرت دراسة تقويم وسائل الإعلام فى الريف على الإذاعـة ، وعلى جماعة المشتغلين بالزراعة فقط من بين سكان القرية المصرية . ومع الشمول النسبى لبحث تأثير التكامل بين وسائل الإعلام وأجهزة الخدمات ، واهتمام هذه الدراسة بكل من الراديو والتليفزيون والصحف والمجلات وقادة الرأى المحليين ، إلا أن بناء الاتصال الراهن فى القرية المصرية أصبح – يتضمن بالإضافة إلى ذلك – أدوات أخرى مهمة لم يتم تناولها بصورة واضحة من قبل ، مثل الڤيديو وأجهزة التسجيل والتليفون ... الخ . وقد استخدمت دراسة تقويم وسائل الإعلام فى الريف تحليل المضمون ، والمقابلة ، واستمارة البحث . وأضاف بحث تأثير التكامل بين أجهزة الإعلام وأجهزة الخدمات إلى هذه الأدوات الطريقة السسيومترية فى تحديد قادة الرأى . والمؤكد أن دراسة بناء الاتصال فى حاجة إلى تطوير هذه الأدوات ، وإدخال معالجات منهجية أخرى كالملاحظة ، وجلسات الاستماع ، ودراسة الحالة والحوارات الفردية والجماعية ... الخ .

إن تطوير الدراسة الراهنة للبحوث والدراسات الإعلامية السابقة يقوم على أساس :

١ – الرؤية الكلية لمجمل النشاط الاتصالى فى القرية المصرية ، وذلك عوضا عن الرؤية الجزئية التى تهتم بأداة أو وسيلة واحدة أو حتى عدة وسائل . حيث يهتم بحث بناء الاتصال بأدوات التليفزيون ، والراديو ، والصحف والمجلات ، والإذاعة المحلية ، والتسجيل والڤيديو ، وكذا قنوات الاتصال الشخصى بالقرية ، كما تتمثل فى الأسـواق ، والمقاهـى ومؤسسـات الخدمـات ، والمسجد ... الخ ، ويؤدى مثل هذا الشمول فى التعامل مع النشاط الاتصالى ، ليس فقط على تدعيم القدرة على تحديد مراكز وأدوار كل وسيلة إعلامية فى بناء الاتصال ، ولكن أيضا فى فهم مدى التكامل أو التنافر فى

هذا البناء ، وبالذات العلاقة بين قنوات الاتصال الجماهيرى وقنوات الاتصال الشخصى بنوعيها الرسمى والطبيعى ، وهو مطلب ملح كما أشرنا من قبل ، وبالذات لتلمس اتجاهات التغيير المستقبلى فى بناء الاتصال ، وتحديد كفاءة هذا البناء فى تحقيق أهدافه ووظائفه المفترضة بالقرية المصرية .

٢ – التعدد المنهجى للبحث ، فوصف وتحليل مكونات وفاعليات بناء الاتصال الراهن بالقرية المصرية يتضمن :

تحليل محتوى المضامين الريفية الموجه إلى القطاع الريفى على مستوى نسق الاتصال الجماهيرى – المركزى والمحلى – بما يتطلبه ذلك من استخدام "تحليل المضمون" للكشف عن مجموعة الأفكار والمعارف والقيم والتصورات المطروحة التى يحملها هذا المضمون . ولما كان المضمون الإعلامى الموجة إلى القطاع الريفى يرتبط ارتباطا وثيقا بالرؤى والتوجهات السياسية ، وبطبيعة التحولات التى يمر بها المجتمع ، وما يموج به الواقع من سياسات وإجراءات ، فإن البحث الراهن يتجه إلى تحليل التوجهات والسياسات الإعلامية والخطاب العام ، وبالذات تجاه القطاع الريفى .

كما يتجه البحث إلى الدراسة الحقلية ، بهدف وصف مكونات بناء الاتصال وتحديد فعالياته فى مجتمع القرية . ويجرى التعامل هنا مع بناء الاتصال على مستويين : قنوات الاتصال الجماهيرى (المركزى ، والمحلى ، والدولى) وقنوات الاتصال الشخصى بنوعيها (الطبيعى والرسمى) وبأنواتها المختلفة (مكبر الصوت ، التليفون ، شرائط التسجيل) . ويستخدم البحث لرفع بيانات واقعية حول هذه الجوانب ، استمارة البحث ، والملاحظة المباشرة ، والمقابلة والبطاقة الإحصائية ، والحوارات والمناقشات الفردية

والجماعية ، وجلسات الاستماع ودراسة الحالة ، والأسلوب المقارن فى تكامل منهجي يتسق وشمول أهداف البحث واتساع نطاقه .

٣ - يتجاوز البحث فى دراسته للسلوك الاتصالى وفاعليات أدوات الاتصال بأنواعها المختلفة ، التركيز على الآراء أو اتجاهات المبحوثين لكل وسيلة اتصالية على النحو الشائع فى الدراسات السابقة إلى الاهتمام بمعارف المبحوث وتصوراته إزاء كل وسيلة اتصالية ، وقدرته الفعلية على استخدام هذه الوسيلة أو توظيفها .

٤ - وأخيرا يهتم البحث الراهن لبناء الاتصال فى القرية بدراسة التأثيرات القيمية لأجهزة الاتصال فى القرية المصرية ، وحيث كثر الحديث عن التأثيرات البالغة لأجهزة الإعلام على جوانب عديدة من مكونات البناء الثقافى فى القرية ، وبالذات مايتعلق منها بقيم العمل والإنجاز ، والاستهلاك ، والادخار ، والتعليم ، والأرض ، والهجرة والعلاقات العائلية والترابط الأسرى . وينهض العمل الراهن للتحقق من حقيقة الدور الإعلامى فى هذا المجال على ضوء تحليل السياسات الاتصالية ، والمضمون الإعلامى ، والدراسة الحقلية للجمهور .

المراجـع

١ - عبد الفتاح عبد النبى ، الإعلام والواقع الثقافى فى القرية المصرية فى المسألة الفلاحية والزراعية فى مصر ، أبحاث ومناقشات الندوة التى عقدت بالقاهرة ، مركز البحوث العربية ، أبريل ١٩٩١ .

٢ - عبد الفتاح عبد النبى ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ ص ٢١٥ .

٣ - عبد الفتاح عبد النبى ، دور الصحافة فى تغيير القيم الاجتماعية ، دراسة ميدانية بمنطقة شبه حضرية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧ .

٤ - السيد بهنسى حسن ، وسائل الإعلام المحلية ودورها فى تزويد الطفل المصرى بالمعلومات ، دراسة تطبيقية مقارنة ، رسالة دكتوراه ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، ١٩٧٩ .

٥ - يمكن للقارئ عقد هذه المقارنة بنفسه من خلال القائمة الببلوجرافية للبحوث الإعلامية بالقرية المصرية فى نهاية هذه الدراسة .

٦ - انظر على سبيل المثال بحث :
حسن الخولى ، بناء الاتصال فى قرية عصفور محافظة الدقهلية ، القاهرة ، مركز بحوث التنمية والتخطيط التكنولوچى ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

٧ - راجع بيانات بحث :
يحيى أبو بكر وعبد المعز عبد الرحمن ، دراسة استطلاعية لإذاعة محلية ، القاهرة ، اتحاد إذاعات الدول العربية بالتعاون مع الهيئة العامة للاستعلامات واتحاد الإذاعة والتليفزيون ، ١٩٨٠ .

٨ - انظر بحث :
إبراهيم سعيد عبد الكريم ، دور إذاعة وسط الدلتا فى خدمة المجتمع المحلى ، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماچستير ، كلية الإعلام ، ١٩٨٩ .

٩ - انظر فى ذلك بحث :
عبد الفتاح عبد النبى ، تكنولوچيا الاتصال والثقافة ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ .

١٠- هبة سعد أحمد مختار ، تأثير وسائل الاتصال على تنظيم الأسرة فى الريف المصرى ، دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين ، ماچستير ، كلية الإعلام ، ١٩٩١ .

١١- نوال محمد عمر ، دراسة سوسيولوچية عن دور السينما فى التنمية الاجتماعية بالتطبيق على ثلاث قرى ، رسالة ماچستير ، كلية الآداب ، جامعة أسيوط ، ١٩٧٩ .

١٢- على صالح أبو العز ، تقييم البرامج الريفية فى تليفزيون جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٠ .

١٣- محيى عبد الحليم ، الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام المحلى ، رسالة ماچستير ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ١٩٧٣ .

١٤- محمد معوض إبراهيم ، دور التليفزيون فى التنمية الاجتماعية فى الريف المصرى ، دراسة ماچستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

١٥- عبد الفتاح عبد النبى ، تكنولوچيا الاتصال والثقافة ، القاهرة العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ .

١٦- سامية رزق ، دور الاتصال الشخصى فى نشر الأفكار الزراعية المستحدثة فى المجتمعات الريفية ، رسالة ماچستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .

١٧- راجع فى ذلك على سبيل المثال نتائج بحوث يوسف مصطفى الحارونى ، دور رسائل الإعلام فى خلق النظرة العلمية فى مصر وعاطف عدلى العبد ، دور الإذاعة الصوتية فى تغيير النظرة التقليدية إلى المرأة الريفية .

١٨- انظر فى ذلك بحث :
ناهد صالح ، تقويم وسائل الإعلام فى الريف ، البرامج الريفية بالإذاعة ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية .

١٩- انظر فى ذلك بحث :
إبراهيم سعيد عبد الكريم ، دور إذاعة وسط الدلتا فى خدمة المجتمع المحلى ، دراسة تحليلية وميدانية ، ماجستير ، كلية الإعلام ١٩٨٩ .

٢٠- انظر فى ذلك :
عبد الخبير محمود عطا ، وسائل الإعلام والتنمية السياسية فى الدول النامية، البرامج السياسية فى إذاعة القاهرة ، كحالة للدراسة ، رسالة دكتوراه ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٠ .

٢١- انظر فى ذلك :
شاهيناز طلعت ، دور وسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٠ .

٢٢- انظر فى ذلك :
نادية سالم ، تأثير وسائل الإعلام على المشاركة السياسية عند المواطن المصرى ، دراسة تجريبية على عينة من الريف ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٠ .

٢٣- خيرى معوض محمد ، دور الاتصال فى التنمية السياسية ، دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين ، رسالة ماچستير ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ١٩٩٢ .

٢٤- يوسف مصطفى الحارونى ، مرجع سابق .

٢٥- انظر فى ذلك بحث :
محيى الدين عبد الحليم ، الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام ، دراسة ميدانية فى الريف المصرى ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .

٢٦- عاطف عدلى العبد ، دور الإذاعة الصوتية فى تغيير النظرة التقليدية إلى المرأة الريفية ، رسالة ماچستير ، كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

٢٧- انظر فى ذلك :
محمد حسن عبد الله ، مشاهدة التليفزيون وعلاقتها بالتوافق الشخصى والاجتماعى لدى بعض أطفال الريف المصرى ، رسالة ماجستير كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ١٩٨٦ .

٢٨- ميرفت محمد كامل مرسى ، تأثير وسائل الاتصال على تنمية الوعى الصحى فى مصر ، دراسة تجريبية على قرية مصرية ، رسالة ماجستير، كلية الإعلام ، ١٩٨٦ .

٢٩- عبد الوهاب كحيل ، تأثير التليفزيون والفيديو على القرية المصرية ، دراسة ميدانية على عينة من أسر المهاجرين العائدين ، مكتبة المدينة ، مدينة نصر ، القاهرة ، ١٩٧٨ .

٣٠- انظر فى ذلك :
حنان فاروق محمد ، دور الاتصال فى انتشار المستحدثات ، دراسة تطبيقية على انتشار مجموعة من المستحدثات الاقتصادية والصحية فى مصر ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٩٩٠ .

٣١- عبد الفتاح عبد النبى ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ .

٣٢- نرجس حلمى بباوى ، دور التليفزيون كوسيلة إعلامية فى نشر الإعلام الزراعى فى الريف المصرى ، بالتطبيق على البرامج الريفية بالتليفزيون المصرى ، رسالة ماجستير كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

٣٣- محمد نبيل طلب ، الصورة التى تعرض بها المهن من خلال الدراما التليفزيونية وتأثيراتها على الجمهور ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .

٣٤- نرجس حلمى بباوى ، مرجع سابق .

٣٥- ناهد صالح ، مرجع سابق .

٣٦- إيمان مصطفى السنجرجى ، صورة الفلاح المصرى فى الدراما التى يعرضها التليفزيون ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .

٣٧- انظر فى ذلك :
عبد الفتاح عبد النبى ، الصحف اليومية فى مصر وقضايا تنمية الريف ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٣ .

الفصل الثانى

الإطار المنهجي للبحث

أولا : التوجه النظرى والمنهجى

١ – على ضوء الخطة العامة لبحث مستقبل القرية المصرية ، ونتائج الدراسة التحليلية للبحوث الإعلامية السابقة ، والتى تؤكد أهمية الطابع الشمولى للدراسة ، فإن الدراسة الراهنة تهتم فى بحثها لبناء الاتصال بالقرية المصرية ، وتحديد فعالياته ، على أهمية الرؤية الشمولية للبحث التى تأخذ فى اعتبارها العناصر الأساسية الفاعلة فى العملية الاتصالية ، وهنا يتحرك البحث على مستويات عدة ، مستوى تحليل السياسات الاتصالية الموجهة إلى القطاع الريفى ، ومستوى تحليل الموضوعات والبرامج المطروحة عبر وسائل الإعلام المختلفة ، والتى تستهدف جمهور القرويين ، ومستوى الدراسة الميدانية للجمهور التى تأخذ فى اعتبارها مختلف أشكال الاتصال الجماهيرى بنوعيه : المركزى ، والمحلى ، والشخصى بنوعيه : الرسمى والشخصى) ، وكذا الاتصال الجمعى . كما تأخذ هذه الرؤية الشمولية فى الاعتبار تأثير البعد الدولى والإقليمى على مكونات بنية الاتصال فى القرية ، كما تتمثل فى حركة الهجرة والانتقال الذاهبة والعائدة أو تأثير الإذاعات والبرامج الموجهة التى تصل مباشرة إلى القرويين ، أو كما هو متوقع فى المستقبل المنظور من خلال البث التليفزيونى المباشر .

٢ - إن محاولة وصف وتحليل بنية الاتصال وتحديد كفاءتها واستشراف مستقبلها فى القرية المصرية ، تتطلب إطارا نظريا واضحا ومتماسكا ، ومراجعة نقدية لبعض المفاهيم والمقولات المستخدمة فى التحليلات الإعلامية . ونعنى بالتحديد مفاهيم التبعية الإعلامية ، والسيطرة الإعلامية ، وتزييف الوعى ، والحق فى الاتصال ، والمشاركة فى الإعلام . ونرى أن المفهوم المستخدم ينبغى أن يكون على مستوى التجريد سليما أى يطول بالفعل مختلف العناصر الأساسية للعملية الاتصالية ، فإذا كان قاصرا ، فإنه يعطينا فكرة غير صحيحة عن العملية الاتصالية ومكوناتها الأساسية ، وهو بالتالى يضر بالدراسات الحقلية إذا استخدم فى توجيهها . ومن منطلق الخطة الرئيسية لبحث مستقبل القرية ، والتى تؤكد أهمية المشاركة الشعبية فى إنجاز التنمية وتحسين الأوضاع بالقرية المصرية ، فإننا نرى أن الاتصال بأنماطه وأشكاله المختلفة يمكن أن يسهم فى تحقيق هذه المشاركة ، وأن ذلك يتوقف على القدرة على الاتصال التى يتمتع بها كل عنصر من العناصر الرئيسية للعملية الاتصالية ، القائمون بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية ، الرسائل الإعلامية المثارة ، وكذلك قدرة النظام السياسى أساسا على الاتصال باعتبار عملية الاتصال فى النظرة الكلية هى جزء لايتجزأ من هذا النظام تؤثر فيه وتتأثر بـه .

وعلى ضوء ذلك ترى الدراسة أن فهم وتشخيص بناء الاتصال فى القرية ، وتحديد فعالياته وتأثيراته القيمية لايتسنى بمعزل عن الحقائق التالية :

١ - إن البنية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للقرية المصرية قد شهدت فى السنوات الأخيرة مجموعة من التغيرات التى تركت بصماتها الواضحة على بنية الاتصال بالقرية المصرية . فعلى المستوى الاقتصادى ، تزايد ضغط

السكان على عنصر الأرض إلى الحد الذى أصبح معه هذا العنصر غير قادر على تلبية الاحتياجات الأساسية للقرويين من الغذاء ، وبالتالى تزايد اعتمادهم على المدينة فى تلبية هذه الاحتياجات ، يضاف إلى ذلك ضعف الاستثمارات الموجهة للعمل الزراعى ، والتى لم تتجاوز فى السنوات الأخيرة معدل (٢١٪) من إجمالى الاستثمارات القومية * . واستمرار تعبئة الفائض الزراعى - على قلته - لصالح سكان المدينة ، ويتمثل ذلك بصورة واضحة فى سياسة التسعير غير العادلة للحاصلات الزراعية الرئيسية ، وتعدد أنواع الضرائب المفروضة على الفلاح . وقد أفضى ذلك مع غيره من العوامل إلى مجموعة من الظواهر والمشكلات التى أصبحت تشغل بال القرويين ومنها ، قلة العائد من العمل الزراعى ، وضعف إنتاجية الأرض الزراعية ، وتزايد الميل إلى الاعتداء عليها بالتبوير أو التجريف أو البناء ، واختلال سوق العمل بالقرية ، وارتفاع أسعار العمالة الزراعية ، وتزايد الميل إلى الهجرة أو امتهان مهن أخرى غير العمل الزراعى فى محاولة لتعويض الانخفاض فى العائد من العمل الزراعى .

وعلى مستوى البنية الاجتماعية ، تمثلت أهم التغيرات فى أساليب الحراك المشروعة وغير المشروعة لبعض الفئات الاجتماعية ، وهامشية بعض الشرائح الاجتماعية . والتغير فى تركيب الأسرة الريفية وأدوار المرأة الريفية . وعلى المستوى الثقافى ، نجد أن أنساق القيم الاجتماعية على مستوى كثير من مكونات بنية القرية بدأت تعانى الاضطراب والخلط والصراع .

* انظر فى ذلك : مجلس الشورى ، السياسة الزراعية (تقرير لجنة الإنتاج والقوى العاملة ، دور الانعقاد الثانى ١٩٨٢) .

وتؤثر هذه التغيرات على جوانب عديدة من مكونات بنية الاتصال بالقرية المصرية . فالقول – مثلا – بوجود حراك اجتماعى لبعض الفئات الاجتماعية ، يعنى وجود تغير واضح فى أساليب التعامل والتخاطب والتفاعل بين الفئات الاجتماعية ، وتزايد المقدرة الاتصالية لبعض الفئات ، وتغير فى أساليب التعرض والتعامل مع أجهزة الإعلام ، وفى مراكز وأدوار قادة الرأى التقليديين بالقرية . كذلك فإن الحديث عن قلة العائد الزراعى ، وتزايد اعتماد القرية على المدينة فى تلبية متطلباتها الاستهلاكية يعنى تغيرا فى الاحتياجات والاهتمامات الأساسية للقرويين ، وهى جوانب فاعلة فى تحديد كفاءة العملية الإعلامية . كما تؤثر التغيرات القيمية المشار إليها ، ليست فقط فهم واستيعاب القرويين لما يثار من مضامين إعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة ، ولكن على التعرض أصلاً لهذه الوسائل ، أو الإقبال على نوعيات معينة من المضامين الإعلامية المثارة خلالها .

٢ – اتساع نطاق انفتاح القرية المصرية على العالم الخارجى . فبعد التطورات التى لحقت بالمجتمع المصرى ، وبالذات فى الحقب الأخيرة ، أصبح من المتعذر حتى على المستوى الإجرائى وضع حدود فاصلة للتمييز بين القرية المصرية والمدينة [1] . وأصبح الحديث شائعا عن ظاهرة تريف المدن وتحضر الريف وذلك نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة والتعليم وغيرها فى إطار تزايد ارتباط الريف بالمدن ، فلم يعد الريف المصرى معزولا عن حياة الحضر بالصورة التى عرفتهامصر قبل عام ١٩٥٢ ، وأصبح من المألوف أن ترى الضغط على وسائل المواصلات المتجهة من القاهرة والمدن الكبرى إلى الأقاليم فى الأعياد والمواسم ، وأن نرى العديد من العادات الاستهلاكية الحضرية وقيم المدينة التى حملها المهاجرون الريفيون الرائحون الغادون من

الريف إلى المدينة ، كما حملها العائدون من الهجرة المؤقتة للعمل فى الخارج والمدينة نتيجة لعمليات تحسين الطرق وتزايد أجهزة التليفزيون والتسجيل والتليفون فى العديد من القرى .

هذا الانفتاح الخارجى ، وتزايد حركة انتقال القرويين من وإلى القرية المصرية ، يعنى انتفاء العديد من التصورات التقليدية التى ظلت راسخة لدى بعض الباحثين حول انعزال القرويين وجمودهم ، وانخفاض مستوى طموحاتهم وعدم تقبلهم للتحديث . كما يعنى من ناحية أخرى ظهور احتياجات إعلامية جديدة تؤثر بالضرورة على أدوارومراكز أساليب الاتصال المختلفة .

٣ - إن جانبا كبيرا من المضامين الإعلامية المتجه إلى الريف عبر أجهزة الإعلام الرسمية ، يجرى إعداده وصياغته من أعلى فى المركز وبعيدا عن مشاركة القرويين أو مراعاة لواقعهم ومتطلباتهم الفعلية ، مما يضعف فاعلية هذه المضامين وقدرتها على تحقيق وظائفها على أرض الواقع من ناحية ، ويقلل من اعتماد القرويين عليها ، ويدفعهم بالتالى إلى إقامة نظامهم الاتصالى الخاص بهم والمنعزل عن نظام الاتصال المركزى من ناحية أخرى .

٤ - إن فهم تأثيرات أجهزة الإعلام على الثقافة القروية لايتسنى مع النظرة الآنية والجزئية لهذه التأثيرات والانهماك فى بحث تأثير وسيلة بعينها ، وتحديد العوامل الوسيطة التى تعوق هذا التأثير على النحو المألوف والمعتاد فى الدراسات الإعلامية * .

وإنما يمكن أن يتم هذا الفهم بصورة أفضل مع النظرة المتكاملة والممتدة لنسق الاتصال ككل فى مجتمع القرية . وإن هذه التأثيرات قد

* راجع نتائج القراءة النقدية للبحوث الإعلامية فى القرية المصرية (الفصل الأول) .

تتفاوت بين التدعيم والتغيير الجزئى المحدود والتغيير الشامل لما هو سائد فى أسلوب حياة القرويين . ويتحدد ذلك طبقا للطريقة التى توظف بها أجهزة الإعلام من خلال النخبة السياسية ورؤية القرويين لهذه الأجهزة ، وأسلوب تعاملهم معها ، أو استخدامهم لها ، أو اعتمادهم عليها .

٥ – ينبغى أن يفهم – أو لعله قد اتضح مما سبق – أن التغيرات الثقافية فى المناطق الريفية لاترجع إلى تأثير أجهزة الإعلام فحسب . فهناك العديد من العوامل الأخرى الفاعلة فى هذا المجال كتلك الخاصة بسياسات التنمية الزراعية ، وبرامج التنمية الريفية ، وانتشار التعليم والهجرة ، وانفتاح القرية على العالم الخارجى ، وعلاقة القرية بالمدينة والدولة وغيرها ، حيث تتفاعل هذه العوامل معا ، وتؤثر فى مجريات التغيير الثقافى فى القرية المصرية . وتتطلب الدراسة المتكاملة لهذه التغيرات ، الأخذ فى الاعتبار دور كل من هذه العوامل وتأثيرها فى واقعه ، وبالتالى فإن تركيز الدراسة على الكشف عن دور أجهزة الإعلام وانعكاس ممارستها على الواقع الثقافى بالقرية المصرية ، لايقلل من تأثير العوامل الأخرى أو يلغيها ، وإنما يؤكد دورها الفاعل فى تداخله مع دور أجهزة الإعلام ، حيث تشكل معا ، العوامل الفاعلة فى تحديد مجريات التغيير الثقافى بالقرية المصرية .

ثانيا : أهداف العمل الميدانى

ويهدف العمل الميدانى اساسا إلى :

١ – وصف وتشخيص بنية الاتصال بالقرية المصرية ، وتحديد مكونات هذه البنية والتغيرات التى طرأت عليها والعوامل الفاعلة فى هذا المجال .

٢ - الكشف عن فاعلية أساليب الاتصال المختلفة ، وتحديد مراكز وأدوار كل منها على ضوء التغيرات الجديدة بالقرية المصرية .

٣ - الوقوف على مدى تغلغل وسائل الاتصال الجماهيرى بالقرية ، وعلاقة هذه الوسائل بأنماط الاتصال الأخرى القائمة بالقرية ، وأسلوب تعامل القرويين مع هذه الوسائل ورؤيتهم لها .

٤ - التعرف على مدى اعتماد القرويين على أنماط الاتصال المختلفة ، وقدرة كل نمط على تلبية احتياجاتهم من المعارف والمعلومات المختلفة .

٥ - تحديد علاقة أجهزة الاتصال بالتغيرات القيمية التى حدثت بالقرية ، وبالذات حول قيم العمل ، الأرض ، التعليم ، الهجرة ، الادخار ، والتضامن الأسرى.

٦ - تحديد الأساليب والطرق (البدائل) التى يمكن فى إطارها ترشيد الخلل أو أوجه الضعف والقصور فى بناء الاتصال الراهن بالقرية المصرية على ضوء البدائل التالية :

أ - مايترتب على استمرارية السياسات والأوضاع الراهنة بمستوياتها المختلفة .

ب - مايحدث فى حالة إدخال بعض التحسينات والتعديلات فى السياسات والأوضاع الراهنة .

جـ - فى حالة إحداث تغيير جذرى فى الظروف والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والقانونية فى القرية ، وسيادة رؤية تنموية شاملة تتفاعل مع الأوضاع القائمة وتلبى احتياجات مختلف فئات القرويين .

وتترجم أهداف البحث الميداني فى شكل التساؤلات التالية :

س١ : ما مكونات بنية الاتصالات القائمة بالقرية المصرية ، ومامدى تأثر هذه البنية بالتغيرات التى طرأت مؤخرا على القرية المصرية ؟ وينبثق من هذا التساؤل الرئيسى مجموعة التساؤلات الفرعية التالية :

أ - ما أشكال وأساليب الاتصال المختلفة بالقرية ؟

ب - ماحجم وسلوك تعرض القرويين لوسائل الإعلام المختلفة بالقرية ؟

س٢ : ما مدى اعتماد القرويين على أساليب الاتصال المختلفة فى تزويدهم بالمعارف والمعلومات ؟ ومارؤيتهم لكل وسيلة إعلامية ودورها فى حياتهم ؟

س٣ : مامكانة ودور الاتصال الشخصى فى بناء الاتصال فى القرية المصرية ؟

س٤ : ما مكانة ودور الاتصال الجمعى فى بناء الاتصال فى القرية المصرية ؟

س٥ : كيف تتحدد العلاقة بين مختلف مكونات بناء الاتصال فى مجتمع القرية ؟ .

س٦ : ماعلاقة أجهزة الاتصال بالتغيرات القيمية الحادثة بالقرية المصرية ؟

س٧ : إلى أى حد يلبى النظام الاتصالى الحالى بالقرية المصرية الاحتياجات الإعلامية للقرويين ؟ وما أوجه القوة أو القصور فى هذا النظام ؟

ثالثا : المفاهيم الأساسية

١ - مفهوم الاتصال

يفهم الاتصال فى إطار الدراسة الراهنة على أنه العملية المستمرة التى يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أفراد المجتمع وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم . وعندما تأخذ هذه العملية طابعا جماهيريا ، والذى يتم من

خلال وسائل تطورت لهذا الغرض ، فإن الاتصال فى هذه الحالة يفهم على أنه النشاط الذى من خلاله يتم نقل مضامين إعلامية أو خيالية إلى جمهور معين يراد توصيلها إليه ، وبالوسيلة التى تكفل تحقيق أفضل تأثير ممكن .

ويثير هذا الفهم لماهية الاتصال بعض الملاحظات الجديرة بالإشارة[٢] :

١ – إن الاتصال أيا كان حجمه وشكله ، فإنه عملية أساسية فى حياة الفرد والمجتمع ، وأن لها عناصرها المتعددة والمتغيرة التى تتفاعل معا لتحديد كفاءة ومصير العملية الاتصالية .

٢ – إن التفاعل المتبادل بين طرفى الاتصال عنصر مهم لتميز الاتصال ، حيث يشير التفاعل هنا إلى أننا لسنا إزاء عملية نقل من جانب واحد ، وإنما إزاء تبادل مشترك للمؤثرات المتوالية ، أو توجه متلازم لكل شخص متواصل نحو الأشخاص الآخرين ونحو موضوع تفاعلهم الاتصالى .

٣ – إن هناك فرقا بين عملية الاتصال كعملية دينامية ومتغيرة وبين مادة الاتصال . فمادة الاتصال تختلف وتتباين من حيث الموضوع ومن حيث الهدف . كما أن النشاط الاتصالى لاعلاقة له بتوصيل المعنى ، لأن المعانى لايتم نقلها أو توصيلها ، وإنما الرسائل هى التى يتم نقلها وتبادلها بين أطراف الاتصال . ويقوم المتلقى بفك رموز هذه الرسائل وإعطائها دلالتها ومعانيها .

٤ – عند مستوى العمل الجماهيرى واستخدام الوسائل التكنولوجية كوسيط لنقل المادة الاتصالية يقترب مفهوم الاتصال من مفهوم الإعلام . فالاتصال الجماهيرى ، لايعنى فى جميع الأحوال اتصالا بمعنى التفاعل والتجاوب والمشاركة ، وإنما قد يأخذ طابع الإعلام ، بمعنى النقل والتوصيل والإبلاغ دون شرط التفاعل أو التجاوب . فالوسائل تنحو ناحية اختيار جماهيرها ،

كما أن الجماهير تختار من بين الوسائل ، فضلا عن أن الاستجابة ورد الفعل قد تكون محدودة أو غير واردة فى أحيان كثيرة ، بما يعنى أن الاتصال لم يكتمل أو يتحقق ، وأنه اقتصر على مجرد الإحاطة أو الإبلاغ .

٢ - مفهوم بناء الاتصال

يستخدم هذا المصطلح فى البحث ، ويقصد به تلك المكونات الاتصالية التى تقوم بدورها فى نقل وترويج المعلومات وتبادلها داخل مجتمع القرية . وتتشكل هذه المكونات من :

١ - وسائل الاتصال الكبيرة ، ويقصد بها تلك الوسائل المستخدمة فى نقل المعلومات وتداولها على نطاق جماهيرى واسع ، وتقف خلفها تنظيمات مؤسسية تمولها وتديرها وتوجه مضامينها . بعبارة أخرى ، هى الوسائل التى تشكل نظام الاتصال المركزى فى المجتمع ، ومن هذه الوسائل الجرائد والمجلات ، والراديو ، والتليفزيون .

٢ - وسائل الاتصال الصغيرة ، ويقصد بها تلك الوسائل الاتصالية التى لايتطلب استخدامها تنظيمات مؤسسية كبيرة تديرها وتوجهها ، ولكن تعمل بمبادرة فردية ، ومن ذلك شرائط التسجيل ، والفيديو ، ومكبر الصوت والتليفون ... الخ .

٣ - الاتصال الشخصى بنوعيه : الرسمى (مثل المرشد الزراعى، العمدة ، موظف البنك ، مهندس الجمعية ، طبيب الوحدة الصحية ... الخ) والطبيعى (القادة الريفيون الطبيعيون أو الأهالى فيما بينهم) .

٤ - الاتصال الجمعى ، مثل الاجتماعات . والندوات ، والأسواق .

٣ - فاعلية الاتصال

ويقصد به تأثير وسائل الاتصال . ونعنى بالتأثير هنا أى تغير يطرأ لدى المتلقى نتيجة لتعرضه لمضمون العملية الاتصالية . وقد يأخذ هذا التأثير مستويات عدة ، (مستوى المعارف ، مستوى الاتجاهات ، مستوى السلوك) ، وقد يكون محدودا أو شاملا . وقد يكون آنيا وسريعا ، وقد يكون تراكيما وممتدا ... وهكذا .

رابعا: منهج البحث وأدواته

١ - منهج البحث

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية ، وقد اعتمدنا فى رفع بياناتها الميدانية على المسح بالعينة الحصصية ، وسوف نعرض فيما بعد لإجراءات المسح واختيار العينة ، كما استعانت الدراسة فى تحليلاتها لنسق الاتصال بالقرية المصرية ببعض المقارنات ، سواء على مستوى كل نمط اتصالى ، أو على مستوى القرى موضع البحث .

٢ - أدوات العمل الميدانى

أ - المقابلـــة

استخدمت الدراسة المقابلات الفردية والجماعية . وقد أفادت هذه المقابلات والحوارات الحرة التى أجريت مع الأفراد فى توفير العديد من البيانات حول علاقة القرويين بأجهزة الإعلام ورؤيتهم لها ، وتفضيلاتهم المختلفة للبرامج والموضوعات التى تحظى باهتمامهم أو محل انتقاداتهم . وكان الحوار يبدأ – عادة – فى هذا الجانب بالحديث عن مشكلات البلد والقضايا التى يهتم الناس بمناقشتها فى هذه

الأيام كمنطلق للدخول بعد ذلك فى حوار حول الموضوعات والقضايا التى تثيرها وسائل الإعلام ، ووجهة نظرهم فيها ، ومدى اعتمادهم عليها ، وتقييمهم لدور هذه الوسائل فى حياتهم .

ب - الملاحظة

جرى توظيف هذه الأداة المنهجية لتوفير بيانات حول أشكال وأساليب الاتصال المختلفة بكل قرية ، وسلوك تعرض الأفراد مع أجهزة الإعلام المختلفة أو التعامل معها ، وطريقة توظيفهم لها أو مدى تأثرهم بمضامينها فى مجرى حياتهم الفعلية.

جـ - الاستبيان

بالإضافة إلى المقابلة ، والملاحظة ، اعتمد العمل الميدانى فى رفع بيانات مقننة على الاستبيان الذى طبق على الأفراد بقرى البحث . وقد مر بناء هذا الاستبيان بعدة خطوات ، كما أخذ عدة أشكال على النحو التالى :

قامت هيئة البحث بصياغة أولية لتساؤلات الاستمارة مسترشدين فى ذلك بأهداف العمل الميدانى ، وبالذات تلك الأهداف المتعلقة بحجم وسلوك تعرض الأفراد لأجهزة الاتصال ، واتجاهات الأفراد نحو هذه الأجهزة ودرجة اعتمادهم عليها ، والتأثيرات القيمية لمضامين هذه الأجهزة فى الثقافة الريفية ، وبالذات مجموعة القيم التى اهتمت بها هيئة البحث ، وهى قيم العمل ، الأرض ، الهجرة ، التعاون ، التعليم ، التضامن الأسرى . وكذلك بنتائج الزيارات الاستطلاعية التى قامت بها هيئة البحث لبعض القرى المصرية ، والتى شملت بعض قرى : [مركز العياط : محافظة الجيزة] ، [ومركز بنها : محافظة القليوبية] ،

[ومركز السنبلاوين : محافظة الدقهلية] والحوارات التى أجريت مع العديد من القرويين بهذه المناطق . وقد ساعد ذلك فى وضع صياغة أولية لتساؤلات الاستمارة حيث خرجت تحمل خمسة بنود أساسية : البند الأول ، ويتعلق بحجم وسلوك التعرض لوسائل الإعلام المختلفة : تليفزيون ، راديو (مركزى ومحلى) وجرائد (قومية ، حزبية ، محلية) مجلات ، فيديو ، شرائط التسجيل ، ويتضمن هذا البند الأسئلة من (١-٧٨) .

ويتضمن البند الثانى ، الأسئلة من (٧٩-١٠٢) ، وهى الأسئلة التى سعت إلى قياس فعالية مختلف مكونات بناء الاتصال (جماهيرى - شخصى - جمعى) فى مجتمع القرية . واشتمل البند الثالث من الاستمارة على الأسئلة من (١٠٣-١١٩) ، وهى الأسئلة التى اهتمت بالوقوف على التأثيرات القيمية لأجهزة الإعلام لدى القرويين . أما البند الرابع فقد تضمن البيانات الأولية عن المبحوث من حيث : النوع ، السن ، الحالة الاجتماعية ، والحالة التعليمية ، والمهنة الأساسية ، والحيازة وحجمها ، ونمط المعيشة ووصف المسكن . وقد خصص البند الخامس من الاستمارة لتدوين الباحث ملاحظاته على المبحوث ونتائج المقابلة .

وقد جرت مناقشة موسعة لبنود الاستمارة فى عدة اجتماعات لهيئة البحث . وقد دارت المناقشات حول تساؤلات كل بند ، والهدف منه ، ومن كل سؤال ، ومدى اتساق التساؤلات ، واللغة المستخدمة ، ومتغيرات كل سؤال ، ومدى قدرة الاستمارة بصفة عامة على تحقيق أهداف العمل الميدانى ، وكحصاد لهذه الاجتماعات والمناقشات المتوالية ، أدخلت بعض التعديلات على الاستمارة ، حيث جرى تعديل لغة بعض الأسئلة ، أو إضافة بعض المتغيرات وأسئلة أخرى .

وعلى ضوء ذلك ظهرت الاستمارة فى شكلها الثانى بعد إجراء التعديلات المطلوبة ، حيث جرى عرضها على اللجنة المحركة لبحث مستقبل القرية المصرية

وبحضور أعضائها ، حيث أبديت بعض الملاحظات التى دارت حول :

- ضرورة الاهتمام برأى المبحوث ومعارفه وتبريراته المختلفة لما يبديه من مواقف وأراء ، حيث ينبغى باستمرار طرح السؤال المفتوح ليه .
- يوجد مزج بين العامية والفصحى فى صياغة أسئلة الاستمارة .
- ينبغى الاهتمام بالتساؤلات الخاصة بالجوانب القيمية ، وفتح بعض أسئلتها .
- ينبغى تحديد ما الأسئلة التى تقرأ متغيراتها على المبحوث والأسئلة التى لاتقرأ .
- ضرورة إضافة بعض المتغيرات .
- حذف بعض الأسئلة .
- تعديل بعض الصياغات .

وقد أعيد تصميم الاستمارة للأخذ فى الاعتبار الملاحظات السابقة ، وظهرت فى صورتها الثالثة . وقد جرى تطبيق اختبارميدانى للاستمارة بقرية "منية السباع" محافظة القليوبية على عينة بلغت (٣٠) مبحوثا يمثلون الجماعات المهنية المختلفة بالقرية ، وقد أسفر الاختبار عن النتائج التالية :

١ - تراوح الوقت المستغرق للاستمارة من (٣٠-٣٥) دقيقة .
٢ - لاتوجد مشكلات جوهرية فى هيكل الاستمارة .
٣ - صعوبة بعض الأسئلة من حيث اللغة المستخدمة .
٤ - تحديد بعض الأسئلة التى ينبغى أن تقرأ متغيراتها .
٥ - ضرورة إضافة تساؤلات حول البرنامج التليفزيونى "سر الأرض" .

وعلى ضوء هذه النتائج ، جرى إعادة تصميم للاستمارة لتظهر فى شكلها الرابع والأخير متضمنة البنود الخمسة المشار إليها آنفا بعد إضافة تساؤلات برنامج "سر الأرض" التى بلغت أربعة أسئلة تدور حول درجة تعود المبحوث على

مشاهدة البرنامج ، ومدى ملاءمة ميعاد إذاعته ، ورأى المبحوث فى البرنامج ، ودرجة استفادته الفعلية منه .

وقد أجريت بعد ذلك عملية ثبات للاستمارة ، وهى فى صورتها النهائية بقرية "برهمتوش" مركز السنبلاوين محافظة الدقهلية وذلك على النحو التالى :

أولا : عينة الثبات

بلغ إجمالى عدد العينة التى أجريت عليها تجربة الثبات بالفعل (٣٦) مبحوثا موزعين على النحو التالى* :

المهنـــة	العدد	٪
فلاح / فلاحـــة	١٢	٣٣٫٣٤
موظف / موظفة	٦	١٦٫٦٦
تاجـــــــــر	٤	١١٫١٢
طالـــــــب	٥	١٣٫١٨
حرفـــــــى	٥	١٣٫١٨
عامـــــــل	٤	١١٫١٢
الجملـــــة	٣٦	١٠٠

وقد جرى تحديد وسحب عينة الثبات على أساس عشوائى بحت ، بحيث تم تمثيل الفئات المهنية المختلفة بالقرية ، للتعرف على استجابات كل منها ، ودرجة ثبات هذه الاستجابات على أسئلة الاستمارة . وكما هو واضح كان النصيب الأكبر لجماعة الفلاحين (١٢) مبحوثا بنسبة (٣٣٫٢٤٪) من إجمالى مفردات عينة

* تجدر الإشارة إلى أن هذا العدد هو الذى أمكن إعادة تطبيق تجربة الثبات عليه ، فى حين أن العدد المستهدف من البداية والذى جرى مقابلته فى التجربة الأولى (٥٠) مبحوثا ، لم يتمكن فريق البحث الميدانى لأسباب عديدة من إعادة التطبيق ومقابلة سوى (٣٦) مبحوثا منهم .

الثبات بالنظر إلى الاتساع النسبى فى حجم العاملين بالنشاط الزراعى بالقرية بالمقارنة بالأنشطة المهنية الأخرى .

وتفصح النتائج العامة لتجربة الثبات عن درجة ثبات عالية فى استجابات المبحوثين على أسئلة الاستمارة ، ويوضح ذلك الجدول التالى .

النتائج العامة لدرجة ثبات أسئلة الاستمارة

نسبة الاتفاق	عدد الأسئلة	٪
٩٠ - ١٠٠	٤١	٣٨٫٣٢
٨٠ - ٨٩	٣٨	٣٥٫٥١
٧٠ - ٧٩	١٩	١٧٫٧٦
اقل من ٧٠ ٪	٩	٨٫٤١
المجموع	١٠٧	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول أن الجانب الأكبر من أسئلة الاستمارة (٤١) سؤالا بنسبة (٣٨٫٣٢٪) من إجمالى عدد أسئلة الاستمارة التى جرى اختبار ثباتها والبالغ عددها (١٠٧) سؤالا تتوافر لها درجة ثبات لاتقل عن (٩٠٪) ، وأن (٣٨) سؤالا بنسبة ٣٥٫٥١٪) تتراوح درجة ثباتها بين (٨٠-٨٩٪) و (١٩) سؤالا بنسبة (١٧٫٧٦٪) يتراوح ثباتها بين (٧٠٪ و ٧٩ ٪) ، فى حين لم يتجاوز عدد أسئلة الاستمارة التى تقل درجة ثباتها عن (٧٠٪) والتى تعد منخفضة عن تسعة أسئلة بنسبة (٨٫٤١٪) فقط من إجمالى أسئلة الاستمارة ، وكان السبب الرئيسى وراء انخفاض ثبات هذه الأسئلة يعود إلى أن جانبها الأكبر من الأسئلة المفتوحة التى يصعب تحقيق درجة اتفاق فى استجابات المبحوثين عليها ، حيث أفضت تجربة الثبات الأولى إلى إعادة بلورة واختيار وتأكيد على جوانب معينة من جانب المبحوث فى المقابلة الثانية .

والاستمارة بهذا الشكل وعلى ضوء البيانات والحقائق المعروضة آنفا تتمتع بصفة عامة بدرجة ثبات عالية ومعقولة ، وكان واضحا من خلال تجربة الثبات نسبة المشاركة العالية من جانب المبحوثين ، وضعف مقاومتهم خلال عملية التجريب الأولى والثانية ، باستثناء حالات بسيطة ومحدودة ، وبالذات من جانب الفلاحين الذين أبدوا بعض الضيق والضجر من طلب إعادة مقابلتهم لتطبيق أسئلة الاستمارة (الاختبار الثانى) ياعم احنا مش قلنا رأينا من قبل "بسرعة والله أنا مش فاضى" ، "أنتم دوشين دمغكم على الفاضى" إلى غيرها من التعبيرات التى تعبر عن ملل هؤلاء الأفراد من إعادة إجراء المقابلات معهم بعد مرور حوالى أسبوعين على مقابلتهم الأولى [1] . ومع ذلك ، وكما أوضحنا ، فقد كانت حالات محدودة ، وجرى إزالة التوترات لديهم من خلال تأكيد أهمية إعادة استطلاع رأيهم بالنظر إلى أهمية أقوالهم وما يدلون به من معلومات كما كان لانخفاض وقت المقابلة النسبى ، والذى لم يتجاوز نصف ساعة أثر واضح فى هذا المجال .

خامسا : مجالات الدراسة

١ - المجال الجغرافى

كان من المفترض أن تطبق الدراسة الميدانية طبقا لتوجيهات اللجنة المحركة لبحث مستقبل القرية فى إطار النطاق الجغرافى لكل من محافظتى الدقهلية والمنيا، بغية توحيد مجتمع البحث للمستويات المختلفة ، ولكن بالنظر إلى خصوصية البحث

(١) أجريت تجربة الثبات الأولى يوم ١٤/١٢/١٩٩١ .
وتجربة الثبات الثانية يومى ٢٩/١٢/١٩٩١ ، ١٢/١/١٩٩٢ .

واهتمامه برفع بيانات حول الإذاعات الإقليمية ، فقد رأت هيئة البحث - بعد التشاور مع اللجنة المحركة - تطبيق الدراسة الميدانية بمحافظة المنوفية ممثلة للوجه البحرى ، وباعتبارها مجتمعا مستهدفا لإذاعة وسط الدلتا بدلا من محافظة الدقهلية ، وكذا محافظة المنيا ممثلة للوجه القبلى . وقد طبقت أدوات البحث فى أربع قرى على أساس قريتين بكل محافظة إحداهما قرية (أم) والأخرى (تابعة) ، وفيما يلى وصف عام لقرى البحث .

أ - قرى محافظة المنوفية

- قرية مناوهلة (الأم)

تقع قرية مناوهلة فى نطاق التقسيم الإدارى لمركز مدينة الباجور -محافظة المنوفية، وتبعد القرية عن الباجور مسافة عشرة كيلو مترات فى اتجاه الشمال الشرقى ، وعن مركز شبين الكوم مسافة ١٦ كيلو مترا ، وعن مركز أشمون مسافة ٢٥ كيلومترا . ويربط القرية بمركز الباجور شبكة من المواصلات الخاصة (أهالى) والطرق الممهدة .

ويبلغ عدد الوحدات السكنية بالقرية ١٣٨٦ وحدة سكنية وفقا لتعداد ١٩٨٦، وتأخذ شكلا مربعا ، وجانبها الأكبر مبنى بالطوب الأحمر ، ويتضمن طابقين أو ثلاثة طوابق ، ويبلغ عدد سكان القرية تبعا لبيانات المجلس المحلى (٢٣٠٩٨) ويوجد بالقرية شأنها شأن القرى (الأم) العديد من مؤسسات الخدمات ، حيث يوجد بالقرية مدرستان للتعليم الابتدائى ، تعمل إحداهما فترتين ، ومدرسة للمرحلة الإعدادية ، وبجانب هذا توجد مدارس التعليم الأزهرى ، حيث يوجد بالقرية مدرسة ابتدائى أزهرى ، وأخرى إعدادى .

ويوجد بالقرية وحدة صحية وصيدليتان ، ونقطة مطافئ ، ووحدة شئون اجتماعية ، ومركز شباب ، وأربعة مساجد ، منها ثلاثة تتبع وزارة الأوقاف ، ومسجد واحد (أهالى) .

وبالقرية سنترال سعة ٥٠٠ خط ، ويبلغ إجمالى المشتركين من أهالى القرية (٤٠٠) مشترك ، ويعمل السنترال وردية واحدة ، وحتى الساعة العاشرة مساء ، ويوجد بالقرية أيضا مكتب بريد ، وورشة «دوكو» ، وورشتان نجارة ، ومحطة مياه ارتوازية لإمداد القرية والقرى المجاورة بشبكة من المياه النقية والتى تدخل قطاعا كبيرا من بيوت القرية .

ويقتصر سوق القرية للمبادلات والبيع والشراء على يومى السبت والخميس من كل أسبوع . وتشتهر القرية بتجارة القلقاس والبطاطا والفاكهة ، ويعتمد السكان بالقرية فى تلبية احتياجاتهم على مركز مدينة الباجور .

وقرية مناوهلة من قرى الائتمان التى لم تخضع لقانون الإصلاح الزراعى . ويبلغ إجمالى عدد الحائزين بالقرية (٨٥٠) حائزا ، كما تبلغ المساحة المنزرعة ٩٨٥ فدانا .

ويوضح الجدول التالى توزيع الحيازة بالقرية :

حجم الحيازة	عدد الحائزين *
أقل من فدان	٧٥٤
من ١ – ٣	٨٠
من ٣ – ٥	١٠
من ٥ – ١٠	٣
١٠ أفدنة فأكثر	٣
الإجمالى	٨٥٠

* البيانات مستقاة من واقع السجلات الموجودة بالجمعية التعاونية الزراعية بالقرية .

وتظهر بيانات توزيع الحيازة بالقرية مدى قزمية هذه الحيازة ، وتركزها الشديد فى المساحة أقل من فدان معظمها حيازات ملك ، حيث يبلغ عدد الحائزين الملاك بالقرية ٨٤٠ حائزا بنسبة (٩٨٫٨٢٪) .

والزراعة الرئيسية بالقرية هى حدائق الموالح ، حيث يبلغ إجمالى المساحة المنزرعة بالموالح ٥٢٢ فدانا ، وباقى المساحة وحجمها ٤٥٣ فدانا تزرع زراعات تقليدية .

- قرية كفر مناوهلة (التابعة)

تعد قرية كفر مناوهلة إحدى القرى التابعة لقرية مناوهلة (الأم) ، وتقع إلى الشمال منها على مسافة حوالى (٣) كيلومتر إلى الشمال الشرقى ، ويبلغ عدد سكان قرية كفر مناوهلة طبقا لبيانات المجلس المحلى ٤٣٨٩ نسمة ، وعدد الأسر بها ٧٧٥ أسرة ، وعدد الوحدات السكنية ٩٤٩ وحدة . تأخذ القرية شكلا مربعا ، وتنتظم شوارعها فى خطوط مستقيمة ، والبيوت جميعها مبنية بالطوب الأحمر دور أو دورين ، وبمساحات شبه متساوية لكل بيت . وتدخل الكهرباء والمياه جميع البيوت ، وجميع أفرادها تقريبا عملوا بالأردن أو العراق ، لدرجة أن البعض يطلق عليها أحيانا قرية "صدام" .

والقرية شأنها شأن بقية القرى التابعة تفتقر إلى مؤسسات الخدمات ، حيث لايوجد بالقرية سوى ثلاثة مساجد أهلية ومدرستين إحداهما ابتدائية (فترتان) والأخرى إعدادية ، ونادى للشباب عبارة عن حجرة واحدة ملتصقة بمبنى الجمعية التعاونية الزراعية (حجرة واحدة أيضا) ، ووحدة صحية يأتى لها طبيب منتدب أحيانا .

ويبلغ زمام القرية ٤٨٧ فدانا منها ٢٣٥ فدانا حدائق والباقى محاصيل خضر . ويوضح الجدول التالى نمط توزيع الحيازة بالقرية* :

حجم الحيازة	عدد الحائزين
أقل من فدان	٢٤٢
من ١ – ٣	١٠٧
من ٣ – ٥	٩
من ٥ – ١٠	٣
أكثر من ١٠ أفدنة	١
الإجمالــى	٣٦٢

وتظهر بيانات الجدول مدى قزمية الحيازة وتركزها فى الفئة أقل من فدان ، تليها الفئة من فدان إلى ثلاثة أفدنة ، وهى بذلك لاتختلف عن نمط توزيع الحيازة بالقرية (الأم) .

ب – قرى محافظة المنيا

– قرية أبوجرج (الأم)

قرية "أبوجرج" هى إحدى قرى مركز بنى مزار محافظة المنيا ، وتبعد القرية مسافة ٥ كيلو مترات عن مركز بنى مزار ، ومسافة ١٥ كيلو مترا قبلى عن مركز مغاغة ، ويبلغ عدد سكان القرية (١٣٩٩٥) نسمة حتى مارس ١٩٩١ . ويتوافر فيها شأنها شأن العديد من القرى (الأم) الكثير من مؤسسات الخدمات ، حيث يوجد بالقرية مدرستان ابتدائيتان ، ومدرسة إعدادية ، ومعهد دينى ابتدائى ، ووحدة محلية ، ووحدة صحية ، وأخرى بيطرية ، وسنترال ، ومكتب بريد ، وسبعة

* البيانات مستقاة من الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية .

مساجد منها (٢) أهالى ، (٣) أوقاف وزاويتان . والسوق الأسبوعى للقرية هو يوم الاثنين حيث تتم المبادلات .

ويتبع القرية (١٤) عزبة ، وتبلغ مساحة القرية مع هذه العزب ٣٩٥ فدانا ، ويكشف الجدول التالى عن نمط توزيع الحيازة بالقرية * .

حجم الحيازة	المساحة			عدد الحائزين
	س	ط	ف	
أقل من فدان	٧٣	٧	٩٤٩	١٢٨٤
١ – ٣	٤	٢٠	١٢٧٦	٨٩٠
٣ – ٥	٤	٧	١٧٠	٤٥
٥ – ١٠	١١	١٦	١٨٠	٢٨
أكثر من ١٠ أفدنة	–	١٦	٨٢	٦
إجمالى	٩٢	٦٦	٢٧٥٧	٢٢٥٣

وتظهر بيانات توزيع الحيازة بالقرية أن الجانب الأكبر منها يقع فى فئة الحيازة أقل من فدان ، ويلى ذلك الفئة من واحد إلى ثلاثة أفدنة ، فى حين تتدنى معدلات وجود الحيازات فى الفئات الأعلى من ذلك . وتشير البيانات إلى ارتفاع نمط الحيازة (الإيجار بالقرية) ، حيث تصل الأراضى الإيجار بها إلى (١٦٤٤) فدانا . فى حين لاتتجاوز نمط الحيازة الملك عن (١١١٥) فدانا .

والمتجول فى شوارع القرية يجد البيوت الحديثة المنشأة جنبا إلى جنب مع البيوت التقليدية المقامة (باللبن) . وتدخل المياه والكهرباء القطاع الأكبر من بيوت القرية ، كما تنتشر هوائيات التليفزيون ، وبالذات تلك المصنوعة يدويا على البيوت . كما يلاحظ المتجول التزايد النسبى فى عدد الورش ، مثل ورش النجارة والخراطة وإصلاح السيارات والمحلات الحديثة والحرفية ، ومكاتب المحاماة ، والأطباء ، مما

* البيانات مستقاة من الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية .

يشير إلى تزايد الأنشطة المهنية والخدمية بالقرية ، على الرغم من استمرارية النشاط الزراعى باعتباره الأوسع بالقرية .

- قرية المودة (التابعة)

تقع قرية "المودة" على بعد ثلاثة كيلومترات بحرى قرية أبوجرج شمال خط السكة الحديد ، وهى من القرى التابعة التى تتميز بصغر الحجم وندرة مؤسسات الخدمات وغلبة النشاط الزراعى ، ويبلغ عدد سكان القرية (١٥٦٩) فردا ، ولايوجد بها من مؤسسات الخدمات سوى مدرستين ابتدائيتين وأخرى إعدادية وجمعية زراعية ، فى حين تحصل القرية على بقية الخدمات من مركز بنى مزار الذى يبعد مسافة ثمانية كيلومترات فى اتجاه الجنوب .

وقرية "المودة" من القرى التى خضعت لتطبيق قانون الإصلاح الزراعى ، ويبلغ إجمالى الحيازة بها ٤٠٥ أفدنة منها ٥٥ فدانا إصلاح و ٣٥٠ فدانا ائتمان ، ويوضح الجدول التالى نمط توزيع الحيازة بالقرية :

حجم الحيازة	عدد الحائزين
أقل من فدان	٢٩٣
من ١ - ٣	٥٢
من ٣ - ٥	٢
من ٥ - ١٠	٣
أكثر من ١٠ أفدنة	لايوجد
الإجمالـــى	٣٥٠

وتظهر البيانات أن الجانب الأكبر من الحائزين بالقرية هم من صغار الحائزين الذين يحوزون أقل من فدان ، ويلى ذلك بفارق كبير عدد الحائزين بالقرية من فدان إلى أقل من ثلاثة أفدنة ، فى حين يتدنى إلى أقصى حد عدد الحائزين

بالقرية لثلاثة أفدنة فأكثر ، الأمر الذى يكشف عن مدى قزم حجم الحيازة بالقرية.

وواضح من العرض السابق لخصائص قرى البحث الأربع وجود العديد من الخصائص المشتركة التى تميز هذه القرى على اختلاف الموقع الجغرافى لها ، فجميعها تتميز بقزم الحيازة الزراعية وتفتيتها ، حيث يقع الجانب الأكبر من الحيازات فى القرى الأربع فى الفئة أقل من فدان ، والفئة من فدان إلى أقل من خمسة أفدنة على الترتيب ، فى حين تتدنى معدلات الحيازة فى فئات الحيازة الأخرى . وتتميز القرى (الأم) "مناوهلة" و "أبوجرج" بوجود العديد من مؤسسات الخدمات وتغلغل الأنشطة غير الزراعية بها . فى حين تتميز القرى التابعة "كفر مناوهلة" و "المودة" بصغر الحجم ومحدودية مؤسسات الخدمات ، وغلبة النشاط الزراعى ، ومحدودية الأنشطة المهنية الأخرى .

٢- المجال البشرى (عينة البحث)

أ – إجراءات سحب العينة

نظرا لأن الاتصال لايرتبط بفئة أو جماعة معينة ، وإنما هو سلوك عام تمارسه مختلف الجماعات الاجتماعية فى القرية ، فقد كان من الضرورى فى تحديد عينة البحث التى يتم إجراء المقابلات المقننة معها تمثيل مختلف هذه الجماعات . وقد استقر الرأى على اعتماد معيار المهنة الأساسية أساسا لتحديد تلك الجماعات بالنظر إلى العلاقة الوثيقة بين مهنة الشخص ونشاطه الاتصالى ، حيث تفرض كل مهنة اهتمامات واحتياجات لدى الفرد تؤثر على تفاعلاته مع أجهزة الإعلام ، أو ما تثيره من مضامين مختلفة . وكانت المشكلة الأولى التى ظهرت فى هذا المجال هى المعيار الذى يمكن الاعتماد عليه فى التصنيف المهنى ، خصوصا مع انتشار

ظاهرة الازدواجية المهنية للفرد بالقرية .

فهناك الموظف الفلاح ، أو التاجر الفلاح .. وهكذا ، ولمعالجة هذه المشكلة رأت هيئة البحث الاعتماد فى التصنيف على المهنة الأساسية للفرد التى تشكل الدخل الرئيسى له . فإذا كانت الفلاحة هى التى تدر العائد الأكبر اعتبر الفرد فلاحا ، وإذا كان يتكسب أكبر من الوظيفة فى حين يتدنى حجم حيازته الزراعية اعتبر موظفا وهكذا . وفى هذا الإطار حددت هيئة البحث سبعة تصنيفات مهنية وعرفتها على النحو التالى :

١ - فـــلاح : هو الشخص الذى لديه حيازة زراعية ، ويمارس العمل الزراعى كمهنة أساسية له .

٢ - الموظف : هو الشخص الذى يعمل بأجر لدى الهيئات والوحدات الحكومية والقطاع العام ، ويقيم بالقرية .

٣ - التاجــر : هو الشخص الذى يمارس المبادلات التجارية مثل تجارة المواشى، البقالة ، الحبوب ... الخ بالقرية .

٤ - الطالــب : هو من يدرس بالمرحلة الثانوية بأنواعها والجامعات ، والمعاهد العليا.

٥ - حرفــى : هو الشخص الذى يمتهن الأعمال اليدوية الحرة ويملك ورشة لذلك مثل أعمال السباكة ، والتجارة ، الحلاقة ... الخ .

٦ - المهنــى : هو الشخص الحاصل على تعليم عال ، ويعمل لحسابه الخاص ، مثل الطبيب ، المحامى ، الصيدلى ، المهندس الزراعى .

٧ - العامل : هو الشخص الذى يبيع قوة عمله للغير بأجر ، مثل عمال الزراعة (اليومية) ، أو عمال الورش والخدمات .... الخ .

وقد راعت هيئة البحث فى إطار اعتمادها المهنة الأساسية للفرد تمثيل

النوع داخل كل مهنة (ذكر/أنثى) لما لهذا العنصر أيضا من تأثير على السلوك الاتصالى للشخص .

وبعد تحديد الفئات المهنية المختلفة ، ظهرت مشكلة تحديد العدد الأمثل الذى يكفل تمثيل أعضاء كل فئة مهنية بين سكان القرية ، وكيفية اختياره ، فهناك أساليب الاختيار العشوائية ، والعمدية التى تعتمد على محكات مختلفة ، وهناك العديد من الأساليب الإحصائية المستخدمة والتى تكفل دقة اختيار العينات التى يتم سحبها من مجتمع طبقى معين ، منها الاختيار وفقا للتوزيع المتساوى الذى يتم فى إطاره سحب عدد متماثل من الوحدات من كل فئة . والتوزيع المتناسب الذى يراعى فيه حجم الفئة أو الجماعات المهنية المختلفة فى الواقع ، وهو الأسلوب الذى تقرر استخدامه فى هذا البحث بما يتيحه من تمثيل كل جماعة مهنية بحجم وجودها الفعلى فى مجتمع القرية .

وعلى ضوء توجيهات اللجنة المحركة والمناقشات التى دارت حول حجم العينة الكلية ، فقد اتفق على أن (٥٠٠) مفردة تعد حجما مناسبا ومعقولا لتحقيق أهداف العمل الميدانى* . وقد جرى توزيع هذا العدد مناصفة على أساس (٢٥٠) مفردة لكل محافظة ، وفى إطار كل محافظة جرى توزيع عينتها على أساس عدد السكان بكل قرية .

ويوضح الجدول التالى نصيب كل قرية فى عينة البحث .

اسم القريـــــة	العدد	٪
مناوهلـــة	١٦٦	٣٣٫٢
كفر مناوهلة	٨٤	١٦٫٨
أبوجــــرج	٢٢٥	٥١٫ـــ
المـــــودة	٢٥	٥٫ـــ
إجمالـــى	٥٠٠	١٠٠٪

* وجدير بالذكر أن هذا الحجم من العينة ارتفع أثناء التطبيق الميدانى إلى (٥٠٩) مفردة .

وبعد تحديد مفردات العينة المطلوب سحبها من مجتمع كل قرية جرى توزيعها على أعضاء المهن الاجتماعية تبعا لحجمها فى الواقع الفعلى مسترشدين فى ذلك بالبيانات الإحصائية التى يوفرها الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء حول الأنشطة المهنية بقرى البحث ، وكذا بالبيانات التى حصلنا عليها من المجلس المحلى بقرية "مناوهلة" وقرية "أبوجرج" وذلك على النحو المبين بالجدول التالى :

جدول يوضح توزيع عينة البحث على أعضاء المهن المختلفة

بقرى البحث الاربع

النسبة والقرية	النسبة ٪	المنوفية		النسبة ٪	المنيا	
المهنة	فى الواقع	مناوهلة	كفرمناوهلة	فى الواقع	ابوجرج	المودة
فلاح / فلاحة	٥٥	٩٢	٤٥	٦٥	١٤٦	١٥
عامل / عاملة	١٣	٢٢	١١	١١	٢٥	٣
موظف / موظفة	١٢	٢٠	١٠	٨	١٨	٢
مهنى	٨	١٣	٧	٣	٧	١
طالب / طالبة	٧	١٢	٦	٧	١٥	٢
حرفى	٣	٤	٣	٣	٧	١
تاجر	٢	٣	٢	٣	٧	١
إجمالى	١٠٠	١٦٦	٨٤		٢٢٥	٢٥

وفى خطوة تالية لتحديد مواقع مفردات العينة بفئاتها وأحجامها المختلفة ، اتخذت الإجراءات التالية :

١ – جرى حصر أسماء جميع التجار والحرفيين والمهنيين والعمال فى كشوف منفصلة ، واختيار حصة كل فئة مهنية بطريقة عشوائية منتظمة على النحو الوارد فى الجدول السابق .

٢ – فيما يتعلق بفئات الفلاحين ، والموظفين ، والطلبة تم الاعتماد على "سجل٢خدمات" للحائزين الزراعيين بكل جمعية تعاونية بالقرى الأربع ،

حيث جرى إعداد قائمة بأسماء الحائزين بكل قرية ، وإعطائها رقما مسلسلا ، واختيار مفردات العينة بعد ذلك بالطريقة العشوائية المنتظمة وتم إعداد كشف بالعينة الأساسية وكشف آخر للعينة البديلة يوضح اسم الحائز ، ومحل إقامته بالقرية ، وكان يتم التردد على محل إقامة كل حائز لتطبيق الاستمارة على الزوج والزوجة وأكبر الأبناء سنا (١٦ سنة فأكثر) الذين يقيمون معهما إقامة دائمة بنفس الوحدة السكنية ، سواء كانوا من الذكور أو من الإناث من فئات الفلاحين والموظفين والطلبة فقط ، وكان يتم التوقف عن التطبيق لأعضاء المهنة التى تستوفى حصتها وفقا للأسس المشار إليها فى الجدول السابق .

ب - الخصائص العامة لعينة البحث :

أولا : توزيع عينة البحث حسب السن :

فئات السن	العدد	٪
أقل من ٢٠ سنة	٧٩	٦ر١٥
من ٢٠-٣٠ سنة	١١٣	٢ر٢٢
من ٣٠-٤٠ سنة	١٣٣	١ر٢٦
من ٤٠-٥٠ سنة	١٠٤	٤ر٢٠
من ٥٠-٦٠ سنة	٥٢	٢ر١٠
من ٦٠سنة فأكثر	٢٨	٥ر٥
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتظهر البيانات أن (٩٢) مبحوثا بنسبة (٨ر٣٧٪) من إجمالى أفراد العينة والبالغ عددهم (٥٠٩) مبحوث تقع أعمارهم فى الفئة العمرية الشبابية (١٦سنة إلى أقل من ٣٠ سنة) ، وأن هناك (٢٣٧) مبحوثا بنسبة (٧ر٤٦٪) تقع أعمارهم فى الفئة العمرية المتوسطة (من ٣٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة) ، ويصل عدد من

يعدون من كبار السن فى العينة ٥٠ سنة فأكثر إلى (٧٩) مبحوثا بنسبة (١٥٪) فقط من إجمالى أعضاء العينة .

ثانيا : توزيع عينة البحث حسب النوع :

النـــوع	العدد	٪
ذكـــور	٣٣٩	٦ر٦٦
إنـــاث	١٧٠	٤ر٣٣
إجمالـــى	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات النوع ، أن عدد الذكور فى العينة (٣٣٩) مبحوثا بنسبة (٦ر٦٦٪) ، فى حين يصل عدد المبحوثين من الإناث إلى (١٧٠) مبحوثة بنسبة (٤ر٣٣٪) من إجمالى أعضاء العينة .

ثالثا : توزيع عينة البحث حسب الحالة الاجتماعية :

الحالة الاجتماعية	العدد	٪
أعـــزب	١٢٢	٤ر٢٤
متـــزوج	٣٧٧	٤ر٧٤
أرمـــل	٩	٨ر١
مطلـــق	١	٢ر
إجمالـــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الحالة الاجتماعية إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين أفراد العينة متزوجون (٣٧٦) مبحوثا بنسبة (٧٤٪) ، فى حين لم تتجاوز نسبة من لم تتح لهم فرصة الزواج بعد "أعزب" عن (٢٤٪) من إجمالى أعضاء العينة ، وتتضاءل إلى حد كبير نسبة الأرامل أو المطلقين والتى لم تتجاوز بين المبحوثين أعضاء العينة عن (٦ر١٪) و (٢ر٠٪) على الترتيب لكل منهما .

رابعا : توزيع عينة البحث حسب الحالة التعليمية

الحالة التعليمية	العدد	٪
أمـــى	٢٠٢	٣٩٫٦
يقرأ ويكتب	٩١	١٧٫٩
مؤهل دون المتوسط	٥٨	١١٫٤
مؤهل متوسط	١٢٩	٢٥٫٤
مؤهل فوق المتوسط	٩	١٫٨
مؤهل عال	١٩	٣٫٧
غير مبين	١	٫٢
الإجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتوضح بيانات الحالة التعليمية أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٠٢) مبحوث بنسبة (٣٩٫٦٪) من الأميين الذين لاتتوافر لديهم القدرة على القراءة أو الكتابة . ويعود ذلك إلى ارتفاع نسبة الفلاحين فى العينة . ويلى ذلك الأفراد الحاصلون على مؤهل متوسط دبلوم تجارة أو صناعة أو زراعة .... الخ (١٢٩) مبحوثا بنسبة (٢٥٫٤٪) ثم من يقرأ ويكتب فقط (٩١) مبحوثا بنسبة (١٧٫٩٪) والحاصلون على مؤهل دون المتوسط (٥٨) مبحوثا بنسبة (١١٫٤٪) . وتدنى إلى أقصى نسبة الأفراد الحاصلين على مؤهل فوق المتوسط أو المؤهل العالى فى العينة ، حيث لم يتجاوز ذلك (١٫٨٪) و (٣٫٧٪) على الترتيب لكل منهما .

خامسا : توزيع عينة البحث حسب المهنة الأساسية :

المهنة	العدد	٪
فلاح	٢٩٩	٧ر٥٨
حرفى	٢١	١ر٤
تاجر	١٤	٨ر٢
موظف	٤٧	٣ر٩
مهنى	٢٥	٩ر٤
عامل	٦٨	٤ر١٣
طالب	٣٥	٩ر٦
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات المهنة الأساسية أن الجانب الأكبر من عينة البحث (٢٩٩) مبحوثا بنسبة (٧ر٥٨٪) يعملون بصفة أساسية بالفلاحة ، ويلى ذلك العمال (٦٨) مبحوثا بنسبة (٤ر١٣٪) ثم الموظفون بالحكومة والقطاع العام (٤٧) مبحوثا بنسبة (٢ر٩٪) ، وطلبة المرحلة الثانوية فما فوق (٣٥) مبحوثا بنسبة (٩ر٦٪) ، ثم المهنيون والحرفيون والتجار بنسبة (٩ر٤٪) و (١ر٤٪) ، (٨ر٢٪) على الترتيب لكل منها .

سادسا : توزيع عينة البحث حسب الحيازة الزراعية :

الحيازة الزراعية	العدد	٪
يحوز	٢١٤	٤ر٤٢
لايحوز	٢٩٥	٩٦ر٥٧
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتوضح بيانات الحيازة الزراعية أن الجانب الأكبر من أعضاء عينة البحث (٢٩٥) مبحوثا بنسبة (٩٦ر٥٧٪) لايحوزون أرضا زراعية ، ويعود ذلك بصفة أساسية إلى اعتماد البحث فى سحب العينة على المهنة الأساسية ، فى حين يصل

حجم من يحوز أرضا زراعية فى عينة البحث إلى (٢١٤) مبحوثا بنسبة (٤ر٤٢٪) من إجمالى أفراد العينة .

سابعا : توزيع عينة البحث حسب حجم الحيازة

حجم الحيازة بالفدان	العدد	٪
أقل من خمسة أفدنة	٢٠٢	٣٩ر٩٤
من ٥ - ١٠ أفدنة	٨	٧٤ر٣
١٠ أفدنة فأكثر	٤	٨٧ر١
إجمالـى	٢١٤	١٠٠

وتظهر بيانات نمط توزيع الحيازة أن الغالبية العظمى من أعضاء عينة البحث الذين يحوزون أرضا زراعية (٢٠٢) بنسبة (٣٩ر٩٤٪) من إجمالى الأفراد الحائزين يقع حجم حيازتهم فى الفئة أقل من خمسة أفدنة ، فى حين لاتتجاوز نسبة من يحوز منهم ٥ أفدنة فأكثر (١٢) مبحوثا بنسبة (٦١ر٥٪) من إجمالى الأعضاء الحائزين فى العينة البالغ عددهم (٢١٤) حائزا ، وهو مايتفق مع ماسبقت الإشارة إليه حول قزمية الحيازات الزراعية فى قرى البحث .

ثامنا : توزيع عينة البحث حسب نمط المعيشة

نمط المعيشـة	العدد	٪
يعيش فى أسرة مستقلة	٢٣٨	٨ر٤٦
يعيش مع العائلـة	٢٦٦	٢ر٥٢
غير مبيــن	٥	ــر١
إجمالـى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات نمط المعيشة إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٦٦) مبحوثا بنسبة (٢ر٥٢٪) يعيش مع العائلة ، فى حين يعيش فى أسرة مستقلة

الزوج والزوجة والأولاد فقط (٢٣٨) مبحوثا بنسبة (٤٦٫٨٪) من اجمالى أعضاء العنية البالغ عددهم (٥٠٩) مبحوث .

تاسعا : توزيع عينة البحث حسب وصف المسكن

وصف المسكن	العدد	٪
نمط تقليدى	٢٦٨	٥٢٫٦
نمط حديث	٢٤١	٤٧٫٤
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتوضح بيانات وصف المسكن أن الجانب الأكبر من أعضاء عينة البحث (٢٦٨) مبحوثا بنسبة (٥٢٫٦٪) يقيمون فى بيوت مقامة على النمط التقليدى لبيوت القرويين (البيوت المبنية باللبن والمرصعة بسعف النخيل) ، فى حين يقيم (٢٤١) مبحوثا بنسبة (٤٧٫٤٪) فى بيوت مقامة على النمط الحديث ، أو تلك البيوت المبنية بالطوب الأحمر والخرسانة المسلحة .

وأظهرت بيانات عدد الطوابق أن الجانب الأكبر من هذه البيوت (٢٩١) بيتا بنسبة (٥٧٫٣٪) تتكون من طابق واحد ، ويلى ذلك البيوت المقامة من طابقين (٢٠٢) بيت بنسبة (٣٩٫٨٪) ، ثم ثلاثة طوابق (١٢) بيتا بنسبة (٢٫٤٪) من إجمالى البيوت التى يقيم بها أعضاء عينة البحث ، وتدنى بعد ذلك إلى أقصى حد نسبة وجود البيوت التى تتكون من أكثر من ثلاثة طوابق .

والجانب الأكبر من هذه البيوت (١٤٩) بيتا بنسبة (٢٩٫٤٪) تحتوى على أربع غرف ، ويلى ذلك البيوت التى تحتوى على ثلاث غرف (١٢٣) بيتا بنسبة (٢٤٫٢٪) ، ثم البيوت التى تحتوى على غرفتين وثلاث غرف بنسبة (١٤٫٥٩٪) و (١٣٫٦٪) على الترتيب لكل منهما ، وتتدنى بعد ذلك نسبة وجود البيوت التى تحتوى على غرف أقل أو أكثر من ذلك .

وتدخل الكهرباء الغالبية العظمى من بيوت أفراد العينة (٤٧٨) بيتا بنسبة (٩٤٫١٪) ، فى حين لايتجاوز عدد البيوت التى لاتدخلها الكهرباء وتستخدم الكيروسين عن (٢٩) بيتا بنسبة (٥٫٧٪) من إجمالى بيوت أفراد عينة البحث .

كما تدخل شبكة المياه (٢٦٢) بيتا من بيوت أفراد عينة البحث بنسبة (٥١٫٦٪) ، فى حين يعتمد فى الحصول على المياه من الطلمبة (١٩٩) بيتا بنسبة (٣٩٫٢٪) من إجمالى البيوت ، ويحصل (٤٧) بيتا بنسبة (٩٫٣٪) على المياه بأساليب أخرى غير شبكة المياه أو الطلمبة .

٣ - المجال الزمنى

بدأ التخطيط للعمل الميدانى لهذا البحث فى أكتوبر ١٩٨٩ ، وخلال الفترة من أكتوبر ١٩٨٩ وحتى يونيو ١٩٩٠، أجريت مجموعة من الزيارات الاستطلاعية ، شملت قرى مركز العياط محافظة الجيزة، وبعض قرى مركز بنها محافظة القليوبية . وقد استهدفت هذه الزيارات التعرف عن قرب على ملامح بناء الاتصال فى القرية المصرية ، وإجراء بعض الحوارات مع القرويين حول وسائل الاتصال المختلفة . وقد ساعد ذلك فى وضع صياغة أولية لبنود استمارة البحث وتساؤلاتها الرئيسية .

وخلال الفترة من يونيو ١٩٩٠ وحتى يونيو ١٩٩١ جرى إعداد أدوات البحث ومناقشة بنود الاستمارة التى ستطبق ميدانيا ، وتطبيق إجراءات التحكيم عليها وإدخال التعديلات المطلوبة . وفى الفترة من يونيو ١٩٩١ وحتى يناير ١٩٩٢ أجريت تجربة الثبات على استمارة البحث ، وظهورها فى صورتها النهائية . وخلال الفترة من فبراير ١٩٩٢ وحتى يناير ١٩٩٣ تم تطبيق الميدانى بقرى البحث الأربع، وتم تصنيف البيانات وتكويدها ومعالجتها إحصائيا خلال الفترة من يناير ١٩٩٣ وحتى مايو ١٩٩٣ ، حيث جرى بعد ذلك كتابة التقرير النهائى للبحث .

المراجــع

١ - حسن الخولى ، الريف والمدينة فى مجتمعات العالم الثالث ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٨٢ .

٢ - لمزيد من التفاصيل انظر :

عبدالفتاح عبدالنبى ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠، ص ١٥ .

الفصل الثالث

بناء الاتصال فى القرية المصرية

"نتائج الدراسة الميدانية"

نسعى فيما يلى إلى استعراض نتائج مقابلاتنا الميدانية مع المبحوثين ، أفراد العينة بالقرى الأربع ، والبالغ عددهم (٥٠٩) مفردة . وتسير خطة العرض على أساس الاهتمام بالجوانب الكمية والكيفية معا ، بحيث يخدم كلاهما الآخر . أما مدخل عرض البيانات ، فيرتبط بالأهداف التى حددتها لنفسها الدراسة فى هذا الجانب ، وماتتضمنه استمارة البحث من بنود وتساؤلات تخدم هدفا معينا ، أو تجيب على تساؤل تطرحه الدراسة حول مكانة وفاعلية وسائل الاتصال الجماهيرى فى القرية المصرية ، وحقيقة ماتتركه من تأثيرات على ثقافة ووعى القرويين . وبناء على ذلك يتضمن العرض الجوانب التالية :

١ – حجم وسلوك تعرض القرويين لوسائل الاتصال .

٢ – فعالية أنماط الاتصال المختلفة فى القرية المصرية .

٣ – التأثيرات القيمية لأجهزة الإعلام فى القرية المصرية .

أولا : حجم وسلوك تعرض القرويين لوسائل الاتصال

تنتشر بالقرية المصرية العديد من وسائل الاتصال الجماهيرى (المركزية والمحلية)،

فهناك أجهزة التليفزيون ، والراديو ، والجرائد ، والمجلات ، والفيديو ، وشرائط التسجيل ... الخ . وقد كان من المفيد فى مجال البحث عن أوضاع هذه الوسائل ودورها فى بناء الاتصال فى القرية المصرية ، أن يتجه البحث بداية للتعرف على مركز وسلوك تعرض القرويين لكل وسيلة اتصالية من هذه الوسائل . وقد بدأ الحوار فى هذا الجانب ، وكمدخل عام ، بطرح السؤال التالى : انت بتعرف الاخبار اللى بتجرى فى الدنيا منين أكثر ؟ مع الحرص على طرح بدائل من الناس ، من التليفزيون ، من الراديو ، من الجرائد ، أمام المبحوث لاختيار بديل واحد من بينها . وقد أشار الجانب الأكبر من المبحوثين ردا على هذا التساؤل إلى التليفزيون باعتباره أكثر وسائل الاتصال الجماهيرى ترويجا للأخبار والمعلومات بين القرويين . ويوضح الجدول رقم (١) هذه الحقيقة .

جدول رقم (١)

المصدر الاكثر ترويجا للاخبار بين القرويين

المصدر	التكرار	٪
من الناس	٤٣	٤ر٨
من التليفزيون	٣٤٧	٢ر٦٨
من الراديو	٦٦	٠ر١٣
من الجرائد	٥٣	٤ر١٠
أخرى	-	
إجمالى	٥٠٩	١٠٠٪

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (١) ، فقد أشار (٣٤٧) مبحوثا بنسبة (٢ر٦٨٪) من إجمالى المبحوثين أفراد العينة والبالغ عددهم (٥٠٩) مبحوث إلى التليفزيون كاكثر المصادر تزويدا للقرويين بمجريات الأحداث فى المجتمع ، ويلى ذلك ، وبفارق كبير الراديو (٦٦) مبحوثا بنسبة (١٣٪) وفى مرتبة ثالثة ،

تأتى الجرائد بأنواعها المختلفة (٥٣) مبحوثا بنسبة (٤ر١٠٪) ، وأخيرا من خلال الاتصال المباشر والاحتكاك الطبيعى بالآخرين (٤٣) مبحوثا بنسبة (٤ر٨٪) من إجمالى المبحوثين أفراد العينة .

هذا الترتيب لمصادر إمداد القرويين بمجريات الأحداث فى المجتمع ، لايتأثر باختلاف الموقع الجغرافى ، سواء على مستوى قرى وجه قبلى ، وقرى وجه بحرى ، أو بين القرى (الأم) والقرى (التابعة)* ، ومع ذلك ، فقد تبين أن للمهنة والنوع أثرا فى هذا المجال** . حيث يتباين هذا الترتيب لدى أعضاء المهن المختلفة ، وبين الذكور والإناث ، فلدى فئة الفلاحين والعمال يأتى ترتيب المصادر على النحو التالى : التليفزيون ، والراديو ، والاحتكاك المباشر بالآخرين ، والجرائد ، ولدى فئة الموظفين والمهنيين والطلبة يصبح الترتيب التليفزيون ، الجرائد ، ثم الاتصال المباشر ، والراديو وهكذا .

وقد كان اللافت للنظر فى هذا المجال ، أن الاتصال المباشر ، يأتى على رأس المصادر فى إمداد القرويات بمجريات الأحداث المختلفة ، يليه التليفزيون، ثم الجرائد ، والراديو ، وذلك على غير العادة ، الأمر الذى يشير إلى محدودية تعامل القرويات ، وبالذات الفلاحات منهن ، مع قنوات الاتصال الجماهيرى ، واعتمادهن على الاتصال المباشر فى الإلمام بمجريات ما يقع من أحداث فى المجتمع .

وأيا كان الأمر ، وكما سنرى فيما بعد ، فإن هذا الترتيب لأدوار المصادر المختلفة فى نقل الأخبار ، وترويج مايقع من أحداث بين القرويين سوف يختلف باختلاف طبيعة الأخبار ذاتها ، وتفاوتها بين الأخبار المحلية أو ذات الصلة المباشرة بحياة القرويين ، وبين الأخبار الخارجية أو العالمية ، بين الأخبار بالغة

* راجع الجدول رقم (١) ملحق رقم (٣) .
** راجع الجدول رقم (٢) ورقم (٣) ملحق رقم (٣) .

الأهمية ، والأخبار محدودة الأهمية وترتبط بفئة معينة ، حيث - يتزايد مثلا - دور الاتصال المباشر فى نقل الأخبار المحظور تداولها أو المحلية ذات الصلة المباشرة بأمور الزراعة وشئون القرية المصرية ، والتى عادة ماتتجاهلها أو يتضاءل ظهورها عبر قنوات الاتصال الجماهيرى .

وقد كان الحديث حول أكثر المصادر إمدادا للقرويين بالأخبار مدخلا ملائما لتوجيه الحوار حول كل وسيلة اتصالية . ونعرض فيما يلى لحجم وسلوك تعرض القرويين لكل وسيلة .

١ - التليفزيون

كان دور التليفزيون منذ بدء إرساله فى عام ١٩٦٠ يكاد يكون غائبا تماما فى المجتمع الريفى ، حيث اقتصر وجوده وانتشاره فى إطار غيبة التيار الكهربائى على محاولات كل من وزارة الثقافة والزراعة إلزام بعض الجمعيات التعاونية شراء أحد الأجهزة واستخدامها فى مناسبات معينة ، أو لدى أحد المقاهى التى تقوم بتشغيل الجهاز بصفة خاصة فى مباريات كرة القدم وبعض التمثيليات والأفلام لجمهورها مقابل أجر معين ، ولذلك كان جمهور المشاهدين ينحصر فى فئات وشرائح اجتماعية معينة كالموظفين والشباب وبعض الأعيان . وقد حدث تحول واضح فى انتشار التليفزيون وجمهور المشاهدين منذ منتصف السبعينيات ، وذلك بعد دخول التيار الكهربائى فى العديد من القرى ، وإقبال العديد من القرويين من مختلف الشرائح الاجتماعية على حيازة أجهزة التليفزيون. وأصبحت مشاهدة التليفزيون ، تعد إحدى ممارسات الحياة اليومية لدى قطاعات واسعة من القرويين ، وبصفة خاصة فى فترة الإرسال المسائية .

وقد بدء الحوار مع المبحوثين أفراد العينة حول جهاز التليفزيون بطرح

السؤال الآتى : ياترى انت بتشوف التليفزيون كل يوم ولابظروفها واللا مابتشوفش خالص ؟

وتظهر الاستجابات اللفظية للمبحوثين ردا على هذا التساؤل ، أن الغالبية العظمى من القرويين تتعرض بصورة أو أخرى لبرامج التليفزيون . ويوضح الجدول رقم (٢) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٢)

درجة تعرض القرويين لجهاز التليفزيون

معدل التعرض	التكـــرار	٪
كل يـــوم	٢٥٨	٥٠٫٧
بظروفهــا	٢١٨	٤٢٫٨
لا أشاهـده	٣٣	٦٫٥
إجمالـــى	٥٠٩	١٠٠

ويبدو واضحا من بيانات الجدول رقم (٢) أن مايقرب من نصف عدد المبحوثين أفراد العينة (٢٥٨) مبحوثا بنسبة (٥٠٫٧٪) يشاهدون التليفزيون بصورة منتظمة ويوميا ، وأن هناك (٢١٨) مبحوثا بنسبة (٤٢٫٨٪) يتوقف تعرضهم لهذا الجهاز الإعلامى على الظروف والمشغولية أو مدى وجود وقت فراغ ، فى حين لايتجاوز عدد من لايشاهد التليفزيون على الإطلاق (٣٣) مبحوثا بنسبة (٦٫٥٪) فقط من إجمالى المبحوثين ، أفراد العينة . وقد أرجع هؤلاء الأفراد أسباب عدم مشاهدتهم للتليفزيون إلى عدم حيازتهم للجهاز أصلا (٢٠) مبحوثا بنسبة (٦٠٫٦٪) من إجمالى المبحوثين الذين لايشاهدون التليفزيون ، والمشاغل وعدم وجود وقت فراغ (٥) مبحوثين بنسبة (١٥٫٥٪) ، وتحريم الفرجة على التليفزيون (٤) مبحوثين بنسبة (١٢٫١٪) من إجمالى (٣٣) مبحوثا لايشاهدون التليفزيون .

وقد أظهر التحليل الإحصائى وجود علاقة دالة بين المهنة والتعرض لجهاز التليفزيون* . (كا٢ دالة عند ٠٥ .ر.) حيث ترتفع نسبة التعرض بظروفها للتليفزيون لدى فئات التجار والحرفيين والمهنيين ، ويقل معدل تعرضهم اليومى المنتظم ، فى مقابل ارتفاع نسبة التعرض اليومى للتليفزيون لدى فئات الموظفين والطلبة والعمال على الترتيب ، ويظل معدل تعرض الطلبة متقاربا مع المعدل العام لمشاهدة التليفزيون دون اختلافات تذكر .

ومع ذلك ، وفى إطار المشغولية لدى جميع الفئات المهنية بالقرية ، والسعى لتدبير نفقات الحياة المتزايدة ، والعمل بأكثر من مهنة طوال اليوم ، وتفاقم الأعباء الملقاة على عاتق المرأة الريفية ، فإن الفترة المسائية تكاد تكون هى الفترة الوحيدة التى ينحصر خلالها تعرض القرويين - على اختلافهم - لجهاز التليفزيون ، ويتضاءل تعرضهم لبرامجه خلال فترات الإرسال الأخرى ، وبالذات الفترة الصباحية أو السهرة .

وتظهر البيانات أن الجانب الأكبر من المبحوثين أفراد العينة ، سواء الذين أقروا بتعرضهم اليومى للتليفزيون أو حسب الظروف ، أن معدل التعرض الغالب لايتجاوز الساعة ، وأن نسبة تعرض الفرد للتليفزيون لساعتين أو أكثر فى اليوم لاتتجاوز (٢٠٪) من إجمالى عدد المتعرضين للتليفزيون ، الأمر الذى يشير إلى الانخفاض الواضح والمستمر فى اعتماد القرويين على التليفزيون كقناة اتصال بالمقارنة بالفترات السابقة التى أعقبت دخول التليفزيون وانتشاره فى مجتمع القرية .

* راجع جدول رقم (٤) ملحق رقم (٣) .

وبصرف النظر عن حجم وتوقيت تعرض القرويين لجهاز التليفزيون ، فقد اتجه الحوار مع جماعة المبحوثين للتعرف على المضامين والبرامج الأكثر رواجا وانتشارا بينهم ، وطرحنا عليهم السؤال الآتي : ياترى إيه أكثر حاجات بتحب تشوفها فى التليفزيون ؟

ويوضح الجدول رقم (٣) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

جدول رقم (٣)

تفضيلات القرويين لبرامج التليفزيون

التفضيل	التكرار*	٪
نشرات الأخبار والتعليقات السياسية	٢٠٣	١٧٫٩
الإعلانات	١٨	١٫٦
البرامج الدينية والقرآن الكريم	٢٢٦	٢٠٫٠
البرامج التعليمية	٢٠	١٫٨
برامج الفلاحين والإرشاد الزراعى	٣٣	٢٫٩
الأفلام والمسلسلات	٣٢٧	٢٨٫٩
البرامج الجماهيرية	٦٧	٥٫٩
البرامج الثقافية	٩٢	٨٫١
المباريات الرياضية	٩٣	٨٫٢
برامج المرأة والطفل	١٨	١٫٦
حفلات ومسرحيات	١٣	١٫١
أخرى	٢٢	١٫٩
إجمالى	١١٣٢	١٠٠

* يزيد عدد مفردات هذا الجدول عن العدد الكلى للعينة الأصلية لأن المبحوث الواحد كان يتاح له ذكر أكثر من متغير .

وتظهر بيانات الجدول رقم (٣) أن الأفلام والمسلسلات وبالذات المسلسل التليفزيونى اليومى الذى يقدم خلال الفترة المسائية ، يعد أكثر المضامين والبرامج

التليفزيونية إقبالا من جانب جمهور القرويين (٢٢٧) مبحوثا بنسبة (٩ر٢٨٪) ، وفى مرتبة تالية ، البرامج الدينية (٢٢٦) مبحوثا بنسبة (٢٠٪) ، وفى المركز الثالث ، نشرات الأخبار والتعليقات السياسية (٢٠٣) مبحوثا بنسبة (٩ر١٧٪) ، ثم مشاهدة المباريات الرياضية (٩٣) مبحوثا بنسبة (٢ر٨٪) ، والبرامج الثقافية (٩٢) مبحوثا بنسبة (١ر٨٪) ، وتدنى بعد ذلك تفضيلات القرويين للمضامين والبرامج التليفزيونية الأخرى .

وكان اللافت للنظر فى هذا المجال هو الانخفاض الشديد فى تعرض القرويين للبرامج الريفية والإرشاد الزراعى ، حيث لم يتجاوز عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى تعرضهم لهذه البرامج عن (٣٣) مبحوثا بنسبة (٩ر٢٪) من إجمالى تكرارات تفضيلات مشاهدة برامج التليفزيون ، الأمر الذى يشير إلى محدودية الدور الذى تلعبه هذه البرامج فى إمداد الفلاحين بالمعلومات الزراعية .

وتظهر البيانات أن للتمايزات المهنية تأثيرها على تفضيلات القرويين للتعرض لبرامج التليفزيون ، حيث ترتفع نسبيا معدلات تعرض الفلاحين والطلاب للأفلام والمسلسلات التليفزيونية إلى (٨ر٣٢٪) و (٤ر٢٧٪) ، فى حين لاتتجاوز هذه النسبة لدى فئة التجار والمهنيين عن (٦ر٢٠٪) و (٤ر١٩٪) على الترتيب لكل منهما . وفى المقابل يتزايد نسبيا معدل إقبال التجار والعمال والمهنيين على نشرات الأخبار ، بالمقارنة بالفئات المهنية الأخرى* ، كما تظهر البيانات تباين تفضيلات الذكور والإناث فى التعرض لبرامج التليفزيون ، حيث يتزايد مثلا إقبال القرويات على الأفلام والمسلسلات التليفزيونية لتصل هذه النسبة لديهن إلى (٨٥٪) فى مقابل (٦٠٪) لدى الذكور . ويتدنى إقبال الإناث على نشرات الأخبار

* انظر جدول رقم (٥) ملحق رقم (٣) .

والتعليقات السياسية أو البرامج الثقافية والرياضية ، حيث لم تتجاوز نسبة مشاهدة هذه البرامج لديهن عن (٢٢٪) و (١٦٪) ، (١٪) على الترتيب فى مقابل (٥٣٪) و (٢١٪) و (٢٩٪) للذكور . وكان اللافت للنظر فى هذا المجال هو الانخفاض النسبى الملحوظ فى تفضيلات القرويات التعرض لبرامج المرأة والطفل بالتليفزيون والتى لم تتجاوز (٩٪) فقط من إجمالى تكرارات تفضيلات القرويات لبرامج التليفزيون ، وقد يعود ذلك فى الأساس إلى طبيعة هذه البرامج ذات الطابع الحضرى والطبقى من ناحية ، أو ربما لمشغولية المرأة الريفية ، وكثافة الأعباء الملقاة على عاتقها ، والتى فى إطارها ينحصر وقت الفراغ الذى تقضيه أمام التليفزيون من ناحية أخرى .

وأيا كانت الآراء حول تفضيلات المشاهدة ، فقد كان من المفيد تعميق الحوار مع المبحوثين للتعرف على تصوراتهم لأفضل المضامين والبرامج التى يقدمها التليفزيون ، وكذا تلك المضامين والبرامج التى لاتحظى بإعجابهم ويرغبون فى إلغائها . وحول المضامين التى تحظى بالإعجاب ، أعاد المبحوثون ترديد استجابات من قبيل البرامج الدينية والقرآن الكريم ، وحظيت هذه الاستجابة على الأولوية المطلقة بقرى البحث الأربع ، والتمثيليات والأفلام ، والأخبار ، وتدنى بعد ذلك نسبة ورود الاستجابات التى تشير إلى البرامج الثقافية ، أو الجماهيرية ، أو المرأة والطفل أو البرامج الرياضية أو التعليمية ، مما يؤكد صحة البيانات التى أشرنا إليها من قبل .

وحول البرامج التى لاتحظى بالقبول ردد المبحوثون استجابات من قبيل : "لاشئ كل حاجة كويسه " الأفلام والمشاهد الخارجة" ، "المسلسلات والأفلام الأجنبية" ، "الأغانى والرقص" إلى غيرها من الاستجابات التى تعطى انطباعا سريعا بشدة تدين المبحوث ، وحرصه على التقاليد والثقافة ... الخ .

وكان اللافت للنظر فى هذا المجال ، أنه فى الوقت الذى أشارت البيانات إلى شدة إقبال المبحوثين من جميع الفئات المهنية على مشاهدة المسلسلات والأفلام التليفزيونية ، فإن الجانب الأكبر منهم عبر ، كما أشرنا آنفا ، عن انتقاده لهذه المسلسلات والأفلام ، ووصفها أحيانا بالخلاعة ، وأحيانا أخرى بالخروج عن التقاليد والتفاهة ، وهو أمر يصعب فهمه ويشير إلى ازدواجية واضحة فى هذا المجال .

وقد أجاب الجانب الأكبر من المبحوثين (٣٢٥) مبحوثا بنسبة (١ر٦٩٪) من إجمالى المبحوثين أفراد العينة الذين يشاهدون التليفزيون بالإيجاب على التساؤل : أنت بتشوف المسلسل العربى اللى بيتذاع كل يوم فى التليفزيون ؟ فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه يشاهده "أحيانا" أو لا يشاهده على الأطلاق ، عن (٢ر٢٠٪) و (٨ر١٠٪) على الترتيب لكل منهما . وقد تلاحظ وجود علاقة معنوية دالة بين الموقع الجغرافى ومشاهدة المسلسل العربى اليومى فى التليفزيون (كا٢ معنوية عند مستوى ٠٣ر.) حيث يتزايد الإقبال على مشاهدة هذا المسلسل بقرى وجه قبلى بالمقارنة بقرى وجه بحرى . كما تتزايد نسبة المشاهدة أحيانا وعدم المشاهدة بالقرى (الأم) ، بالمقارنة بالقرى (التابعة) ربما بسبب المشغولية ، وتعدد النشاط المهنى بالقرى (الأم) بحيث لايتوفر وقت الفراغ الكافى لمتابعة المسلسل اليومى . وقد تأكد وجود علاقة دالة قوية (كا٢ عند مستوى ثقة ٠٠١ر.) بين المهنة ومشاهدة المسلسل العربى اليومى بالتليفزيون . ويوضح الجدول رقم (٤) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٤)

العلاقة بين المهنة والتعرض للمسلسل العربى اليومى فى التليفزيون

التعرض / المهنة	نعـــــم		أحيانـــــا		لا		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
فــــلاح	٢٠٧	٧٤ر١	٤٥	١٦	٢٦	٩	٢٧٨	١٠٠
حرفـــى	٥	٢٥	١١	٥٥	٤	٢٠	٢٠	١٠٠
تاجـــر	٨	٥٧	٥	٣٦	١	٧	١٤	١٠٠
موظـــف	٣٠	٦٧	١٢	٢٦	٣	٧	٤٥	١٠٠
مهنـــى	١٣	٥٤	١٠	٤٢	١	٤	٢٤	١٠٠
عامـــل	٤٥	٧٤	٧	١١	٩	١٥	٦١	١٠٠
طالـــب	٢٠	٦١	٦	١٨	٧	٢١	٣٣	١٠٠
إجمالى	٣٢٩	٦٩ر١	٩٦	٢٠ر٢	٥١	١٠ر٧	٤٧٦	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٤) الارتفاع النسبى الواضح فى تعرض فئات : الفلاحين ، والعمال ، والطلبة للمسلسل العربى فى التليفزيون ، حيث تصل نسبة المشاهدة بانتظام بينهم إلى (٧٤٪) لدى كل من الفلاحين والعمال ، و (٦١٪) لدى فئة الطلبة . فى حين تنخفض هذه النسبة إلى (٢٥٪) و (٥٤٪) و ٥٧٪) لدى فئات الحرفيين والمهنيين والتجار على الترتيب ، ربما كما أشرنا من قبل بسبب المشغولية وعدم انتظام وقت الفراغ لدى الفئات الأخيرة . كما تظهر بيانات النوع* ، أن الإناث أكثر إقبالا من الذكور فى التعرض للمسلسل العربى ، حيث ترتفع نسبة الإجابة "بنعم" لديهن إلى (٨٤٪) فى مقابل (٦٢٪) لدى الذكور ، وتنخفض نسبة المشاهدة "أحيانا" أو عدم المشاهدة بين الإناث لتصل إلى (١٤٪) و (٣٪) على الترتيب فى مقابل (٢٣٪) و (١٥٪) بين الذكور .

وقد أظهر الحوار المتعمق مع المبحوثين - أفراد العينة - حول رأيهم فى

* راجع بيانات الجدول رقم (٦) ملحق رقم (٣) .

هذا المسلسل ، ودرجة الاستفادة منه ، الميل العام لدى المبحوثين لترديد استجابة "حلوة وكويسة" بنسبة وصلت إلى (٨٥٪) من إجمالى المبحوثين الذين يشاهدون التليفزيون ، فى حين لم تتجاوز نسبة ورود الاستجابات التى تشير إلى أنها "مش كويسة" ، أو "فيه كويس وفيه مش كويس" عن (١٥٪) . كما أظهر المبحوثون عجزا واضحا فى تحديد نوعية الاستفادة من هذه المسلسلات " "أهى كويسة وخلاص ، مش عارف ، الواحد بيتفرج وينبسط وخلاص" إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى اكتفاء المبحوث بالمشاهدة والانبهار بها دون أن يكون هناك استفادة حقيقية على الأقل يعيها المبحوث ، على الرغم من تلميحاتهم السابقة عن خروجها عن المألوف والثقافة السائدة .

وبصرف النظر عن الرأى فى المسلسلات التى يقدمها التليفزيون أو درجة الاستفادة منها ، فقد مالت الغالبية العظمى من المبحوثين (٣٧٥) مبحوثا بنسبة (٨٨,٢٪) من إجمالى المبحوثين الذين يشاهدون التليفزيون والبالغ عددهم (٤٧٦) مبحوثا، للإجابة بالإيجاب ردا على تساؤلنا : لوفيه مسلسل بيتكلم عن حياة الريف والفلاحين بتحس أنه بيتكلم عنكم ولا لا ؟ فى حين لم يتجاوز عدد من نفى ذلك وأكد عدم تعبير مثل هذه المسلسلات عن حقيقة الأوضاع فى الريف سوى (٥٠) مبحوثا بنسبة (١١,٨٪) فقط من إجمالى المبحوثين الذين يشاهدون التليفزيون .

ومع ذلك فقد أحدث طرح التساؤل : إزاى ؟ على المبحوثين الذين أجابوا بالإيجاب ارتباكا واضحا وعدم قدرة على التحديد ، ومال العديد منهم إلى التهرب أو المراوغة ، أو ترديد استجابات غير محددة المعنى من قبيل القول : "بيعملوا مشاريع حلوة ، مش عارف ، بيتناولوا المشاكل والواقع" إلى غيرها من الاستجابات غير محددة المعنى ، والتى تشكك فى دقة استجاباتهم اللفظية حول تعبير المسلسلات التليفزيونية عن الواقع الريفى ، وفى المقابل تحدث المبحوثون

الذين نفوا تعبير المسلسلات التليفزيونية عن حياة القرويين عن المبالغة فى تصوير الأمور ، وعلى حد قول البعض "بتجيب حاجات مش حقيقية عن الفلاح" .

فإذا تجاوزنا المسلسل العربى إلى برنامج "سر الأرض" الذى يقدمه التليفزيون ، ويستهدف الإرشاد الزراعى وترويج المعلومات الزراعية الصحيحة بين الفلاحين فى القرية المصرية ، فإن الجانب الأكبر من المبحوثين أكد تعرضه لهذا البرنامج الإرشادى ، ويوضح الجدول رقم (٥) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٥)

تعرض القرويين لبرنامج سر الارض فى التليفزيون

درجة التعرض	التكرار	٪
بانتظــام	٣١٩	٩ر٦٦
بظروفهـا	٨٢	٣ر١٧
لا	٧٥	٨ر١٥
إجمالــى	٤٧٦	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٥) أن (٣١٩) مبحوثا بنسبة (٩ر٦٦٪) يشاهدون برنامج سر الأرض الذى يقدمه التليفزيون فى حين لاتتجاوز نسبة من يشاهد هذا البرنامج "بظروفها" وحسب وجود وقت الفراغ ، أو لا يشاهده على الإطلاق عن (٣ر١٧٪) و (٨ر١٥٪) على الترتيب لكل منهما من إجمالى المبحوثين الذين يشاهدون التليفزيون ، والبالغ عددهم (٤٧٦) مبحوثا .

وعلى نفس المنوال ، أشارت الغالبية العظمى (٣٥١) مبحوثا بنسبة (٥ر٨٧٪) فى الحوار معها حول مدى ملاءمة توقيت إذاعة البرنامج إلى أنه توقيت مناسب . فى حين لم يتجاوز عدد من أشار إلى أنه توقيت غير مناسب عن (٣٧) مبحوثا بنسبة (٣ر٩٪) فقط من إجمالى المبحوثين الذين أقروا بتعرضهم للبرنامج

والبالغ عددهم (٤٠١) مبحوث . وأشار (٩) من المبحوثين بنسبة (٢ر٢٪) إلى أنه لايعرف الميعاد أصلا . وقد عبرت الغالبية العظمى من المبحوثين (٣٩٥) مبحوثا بنسبة (٥ر٩٨٪) عن رأيها فى البرنامج ، وأكدت أنه "مفيد وكويس" ، فى حين لم تتجاوز نسبة الاستجابات التى أشارت إلى أنه "غير مفيد" عن (١٪) فقط من إجمالى المبحوثين أفراد العينة الذين أقروا بمشاهدتهم للبرنامج .

وأيا كانت الاستجابات اللفظية حول درجة تعرض المبحوثين لبرنامج "سر الأرض" أو مدى مناسبة توقيت إذاعته ، أو رأيهم فى البرنامج ودرجة استفادتهم منه ، وماقد تحمله من مبالغة ، وعدم دقة ، ربما بسبب رغبة المبحوث فى الظهور بمظهر المطلع ، أو لعلها الرغبة فى مسايرة الباحث ، فإن تعميق الحوار معهم فى هذا المجال ، وبالذات فئة الفلاحين أفراد العينة ، يكشف عن أن غالبيتهم ليس لديهم معرفة حقيقية بساعة ويوم إذاعة البرنامج أو إعادة إذاعته ، وأن تعرضهم للبرنامج كثيرا مايأتى عرضا وبالمصادفة البحتة ، وكان طلب تحديد توقيت إذاعة البرنامج يقابل من جانب المبحوث بالمراوغة وبالذات جماعة الفلاحين المعنيين أصلا بالبرنامج لينتهى معظمهم بترديد استجابات من قبيل : "مش عارف ، أنا بشوفه وخلاص" ، "الواحد عارف أكل إيه امبارح" ، إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى محدودية ارتباط المبحوثين بالبرنامج ، ومبالغة استجاباتهم اللفظية السابقة حول كثافة تعرضهم للبرنامج كذلك . فقد كشف الحوار مع المبحوثين – على اختلاف انتماءاتهم المهنية حول كيفية الاستفادة من البرنامج فى الواقع الفعلى – عن عدم قدرة على تحديد طبيعة هذه الاستفادة أو مجالاتها ، والميل العام للتعميم وترديد استجابات من قبيل : "بيربط الإنسان بالأرض ، بيعلمنا الانتماء ، بنتعلم منه الزراعة ، لا أستفيد منه شئ" ، إلى غيرها من الاستجابات التلقائية التى تشير إلى عدم استفادة حقيقية وملموسة من جانب المبحوثين أفراد

العينة ، حيث كثيرا ماتأتى التوصيات غير واقعية ، أو لاتتوفر الإمكانيات المتاحة لتطبيقها ... الخ ، وأن الأمر لايعدو أن يكون مجرد فرجه . والاستمتاع بالدراما الهزلية أو الساخرة التى عادة مايتضمنها البرنامج والتى تتجه ناحية تدعيم الصورة التقليدية الشائعة حول بلاهة الفلاح المصرى وانغلاقه وجموده ، وعدم قدرته على التغيير ... الخ .

وإذا تجاوزنا برنامج سر الأرض إلى الإعلانات التليفزيونية ، ومع أن (١٨) مبحوثا بنسبة (٦ر١٪) فقط من إجمالى المبحوثين قد عبروا من قبل عن تفضيلهم التعرض لهذه الإعلانات ضمن برامج التليفزيون التى يرغبون فى مشاهدتها ، إلا أن الغالبية العظمى من المبحوثين ، أكدوا تعرضهم الفعلى لهذه الإعلانات . ويوضح الجدول رقم (٦) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٦)

درجة تعرض القرويين لإعلانات التليفزيون

درجة التعرض	التكرار	٪
بانتظـــام	٣٩٢	٦ر٨٣
بظروفهـا	٤٦	٨ر٩
لا	٣٨	٦ر٦
إجمالى	٤٧٦	١٠٠٪

وتظهر بيانات الجدول رقم (٦) ، أن (٣٩٢) مبحوثا بنسبة (٦ر٨٣٪) يتعرضون بانتظام لإعلانات التليفزيون ، وفى الواقع ، فإن هذا التعرض لايأتى نتيجة رغبة حقيقية ، حيث لاتتجاوز هذه الرغبة - كما أشرنا من قبل - عن (٦ر١٪) من إجمالى المبحوثين ، وإنما يأتى ، بسبب الرغبة فى مشاهدة المسلسلات أو الأفلام أو المباريات الرياضية ... الخ أو التهيئو لمشاهدة هذه

النوعية من المضامين ، والتى عادة مايسبق إذاعتها تخصيص فترة إعلانية غير محددة المدة ، الأمر الذى يضطر معه الفرد إلى التعرض للإعلانات ، فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه يتعرض أحيانا أو لايتعرض على الإطلاق لهذه الإعلانات عن (٨ر٩٪) ،(٦ر٦٪) فقط على الترتيب لكل منهما .

وتظهر البيانات أن ثمة علاقة دالة بين النوع وكثافة التعرض للإعلانات التليفزيونية (كا٢ دالة عند مستوى ٤٠ر.) ، حيث تقبل الإناث أكثر على مشاهدة الإعلانات التليفزيونية بالمقارنة بالذكور ، فلدى الإناث تصل نسبة التعرض بإنتظام إلى إعلانات التليفزيون (٩٣٪) فى مقابل (٧٩٪) لدى الذكور* . كما تبيّن وجود علاقة بين المهنة والتعرض للإعلانات (كا٢ دالة عند مستوى ١٨ ر٠) ، حيث تزيد نسبة مشاهدة الإعلانات التليفزيونية أحيانا أو عدم مشاهدتها على الإطلاق بين فئة الفلاحين ، والعمال ، والطلبة والموظفين ، وتتضاءل هذه النسبة لدى فئة الحرفيين والتجار والمهنيين** .

وقد أظهر المبحوثون فى الحوار معهم حول رأيهم فى هذه الإعلانات مواقف متناقضة ، فبينما أشار البعض إلى أنها "كويسة" ، عبر البعض الآخر عن تبرمه منها من حيث "أنها كثيرة قوى ومملة ومش تمام وبتضيع الوقت" على حد تعبير المبحوثين .

وبصرف النظر عن درجة التعرض للإعلانات التليفزيونية أو الرأى فيها ، فقد كان من المفيد التعرف على أثر هذا التعرض ومايتركه على سلوك المبحوثين فى الواقع الفعلى ، فطرحنا عليهم السؤال الآتى : ياترى اللى فى البيت بيبقوا عايزين يشتروا الحاجات اللى بتيجى فى الإعلانات؟ ويوضح الجدول رقم (٧) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

* انظر بيانات جدول رقم (٧) ملحق رقم (٣) .
** انظر بيانات جدول رقم (٨) ملحق رقم (٣) .

جدول رقم (٧)

مدى رغبة القرويين فى شراء الاشياء التى ترد فى الإعلانات

الرغبـــــة	التكرار	٪
ترغب فى الشراء	٣١٩	٨ر٧١
لاترغب فى الشراء	١١٩	٢ر٢٨
إجمالى	٤٣٨	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٧) ، إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٣١٩) مبحوثا بنسبة (٨ر٧١٪) تتأثر بما يرد فى الإعلانات التليفزيونية من أصناف الأطعمة والمشروبات والأجهزة والسلع المختلفة ، وتتحرك فيها الرغبة والطموح لشرائها أو حيازتها ، وكان اللافت للنظر فى ذلك أن الذكور أكثر رغبة وطموحا فى شراء مايرد فى الإعلانات بالمقارنة بالإناث وذلك على غير العادة أو التوقع ، فقد وصلت نسبة توفر الرغبة فى الشراء بين الذكور إلى (٦٦٪) ، بينما هذه النسبة لم تتجاوز لدى الإناث (١٧٪) ، وعدم الرغبة فى الشراء لدى الذكور وصلت إلى (٣٤٪) وارتفعت بين الإناث لتصل إلى (٨٣٪) ، الأمر الذى يشير إلى شدة تأثر الذكور بهذه الإعلانات بالمقارنة بالإناث ، ولاتفسير لذلك لدينا سوى ماهو معروف عن مسئولية المرأة الريفية عن الإدارة الاقتصادية للمنزل الريفى وتدبير ميزانيته . أو لعلها الواقعية والرضا بالقليل ومحدودية الطموح التى تميز المرأة الريفية .

كذلك ، فقد تبين وجود علاقة بين الاختلافات المهنية ، والرغبة فى شراء مايرد فى إعلانات التليفزيون ، (كا^2 دالة عند ٣..ر.)* حيث تزيد نسبيا هذه الرغبة، لدى فئات المهنيين والفلاحين والتجار فتصل إلى (٨٢٪) و (٧٧٪) و (٧١٪) على

* انظر بيانات جدول رقم (٩) ملحق رقم (٣) .

الترتيب . بينما تقل رغبة الشراء لدى فئات الحرفيين والموظفين والعمال والطلبة ، حيث لاتتجاوز النسبة بينهم (٥٥٪) و (٦١٪) و (٦١٪) و (٦٢٪) على الترتيب لكل منهم*.

وبصرف النظر عن الرغبة فى شراء مايرد فى الإعلانات التليفزيونية ، فقد كان مثيرا للانتباه أن يتجه الجانب الأكبر من المبحوثين الذين عبروا عن الرغبة فى شراء مايرد فى الإعلانات والبالغ عددهم (٢١٧) مبحوثا ، تأكيد قدرتهم المادية على الشراء ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٨)

قدرة القرويين على شراء مايرد فى الإعلانات

الرغبة	التكرار	٪
يستطيع الشراء	٢١٧	٥ر٦٨
لا يستطيع الشراء	١٠٢	٥ر٣١
إجمالى	٣١٩	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٨) أن هناك (٢١٧) مبحوثا بنسبة (٥ر٦٨٪) من إجمالى المبحوثين الذين عبروا عن رغبتهم فى شراء مايرد فى الإعلانات التليفزيونية ، لديهم القدرة على شراء مايرد فى هذه الإعلانات إذا أرادوا . فى حين لم يتجاوز عدد من أقر بعدم قدرته على الشراء عن (١٠٢) مبحوث بنسبة (٢ر٣١٪) من إجمالى هؤلاء المبحوثين . ولاتوجد فروق ذات دلالة فى هذا المجال ، سواء على مستوى الموقع الجغرافى ، أو النوع أو المهنة .

وأيا كانت نتائج الاستجابات اللفظية فى هذا المجال ، فقد كشفت الملاحظة المباشرة ، والمناقشات الجماعية بقرى البحث الأربع ، أن الإعلانات التليفزيونية . زودت القرويين بمعرفة عريضة بأنواع مختلفة من الأطعمة والمشروبات والسلع الاستهلاكية التى لم تكن مألوفة من قبل فى القرية المصرية ، واستطاع العديد منهم فى الحوار معه ترديد أسماء الكثير من الأطعمة والمشروبات مثل الكاكولا ، البيسى والسفن أب ، ومكرونة كابرى ، وروما ، والمهندس والشبسى ، والكاراتيه ، وبم بم ، وشيكولاتة چيرسى ، والأيس كريم ، وكيمو وهاواى ... الخ ، وهى جميعها أصبحت تمثل عادات غذائية مألوفة ومطلبا لجميع القرويين وبالذات الأطفال ، خصوصا مع توافرها بمحلات القرية ، وتشكل ضغطا كبيرا على ميزانية الأسرة الريفية ، وموضع شكوى من أرباب الأسر ، كما أظهر الحوار المتعمق مع النساء أفراد العينة عن زيادة معارفهم من خلال الإعلانات التليفزيونية بالكثير من أنواع العطور والصابون والشامبو ، وأصبح البعض منهن يستخدمها بالفعل ، ويتجهن لشرائها ، خصوصا فى حفلات الزواج والمناسبات السعيدة .

ومع ذلك ، يبقى العديد من السلع والأجهزة الاستهلاكية وأصناف المأكولات الفاخرة التى ترد فى إعلانات التليفزيون ، وتعجز دخول غالبية القرويين عن شرائها، ويكتفون فى ذلك بالمشاهدة التى يصحبها مشاعر متباينة من الرغبة والحقد الاجتماعى .

فإذا تجاوزنا الإعلانات الاستهلاكية ، إلى إعلانات تنظيم الأسرة ، فإننا نجد أن الغالبية العظمى من القرويين - وعلى اختلاف انتماءاتهم المهنية أو مواقعهم الجغرافية - تتعرض لهذه الإعلانات ؛ ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٩)

تعرض القرويين لإعلانات تنظيم الاسرة

التعـــرض	التكرار	٪
يتعرض	٤٥٤	٦ر٩٥
لايتعرض	٢٢	٤ر٤
إجمالى	٤٧٦	١٠٠

وتكشف بيانات الجدول أن (٤٥٤) مبحوثا بنسبة (٦ر٩٥٪) تتعرض لإعلانات تنظيم الأسرة التى يقدمها التليفزيون عادة خلال الفقرات الإعلانية ، فى حين لاتتجاوز نسبة الذين أقروا بعدم تعرضهم لهذه الإعلانات عن (٢٢) مبحوثا بنسبة (٤ر٤٪) فقط من إجمالى المبحوثين الذين يشاهدون التليفزيون .

وقد أبدى غالبية المبحوثين فى الحوار معهم حول رأيهم فى هذه الإعلانات وموقفهم من فكرة تنظيم الأسرة ، استجابات إيجابية مواتية . ويوضح الجدول التالى نتائج الاستجابات اللفظية فى هذا المجال .

جدول رقم (١٠)

راى القرويين فى إعلانات تنظيم الاسرة

الـــــــــرأى	التكرار	٪
كـــــلام فاضـــــى	٤	٨ر٠
ضد الديـن وإرادة ربنا	١٩	٢ر٤
الناس بتتفرج وخـلاص	٨	٧ر١
كويســــــة ومفيـدة	٤١٦	٧ر٩١
أخـــــرى	٧	٦ر١
إجمـــــالى	٤٥٤	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٤١٦) مبحوثا بنسبة (٧ر٩١٪) من إجمالى المبحوثين الذين أقروا بتعرضهم لإعلانات تنظيم الأسرة والبالغ عددهم (٤٥٤) مبحوثا لديهم آراء إيجابية تجاه هذه الإعلانات (كويسة ومفيدة) . فى حين لم تتجاوز نسبة الاستجابات التى تشير إلى اتجاهات غير إيجابية كالقول مثلا بأنها : "كلام فاضى" ، أو "أنها ضد الدين وإرادة ربنا" ، أو أن الناس بتتعرض وخلاص إلى غيرها من الاستجابات السلبية أو المناهضة لفكرة تنظيم الأسرة عن (٧ر٦٪) فقط من إجمالى الأفراد الذين يتعرضون لهذه الإعلانات . ولاتظهر البيانات التفصيلية وجود أية علاقة لها دلالتها بين المهنة ، أو النوع ، أو الموقع الجغرافى والرأى فى تنظيم الأسرة ، حيث تظل الغالبية تبدى استجابات لفظية ، تشير إلى معرفة واسعة بإعلانات تنظيم الأسرة ، وبآراء إيجابية نحوها . وذلك بصرف النظر عن مدى انعكاس هذه الآراء على السلوك أو الممارسة الفعلية لفكرة التنظيم فى دنيا الواقع ، وحيث تبدو الفجوة واسعة بين حقيقة مايبديه الفرد من رأى فى هذا الموضوع ، وبين مواقفه أو ممارساته الفعلية، وهو أمر يتطلب المزيد من البحث فى هذا المجال .

وتظهر الحوارات المستفيضة مع المبحوثين حول رأيهم فى إعلانات معالجة الجفاف والبلهارسيا ، آراء واتجاهات أكثر إيجابية تجاه هذه الإعلانات وردد غالبيتهم بنسبة وصلت إلى (٩٨٪) استجابات تشير إلى أنها : "كويسة وبتقدم معلومات مفيدة للناس" ، وانحصرت الاستجابات المناهضة المحدودة لهذه الإعلانات ، (٢٪) فى كونها "مكررة والناس حفظتها" على حد تعبير المبحوثين ، الأمر الذى يشير إلى التأييد الواسع وشدة الإصغاء لهذه الإعلانات المرتبطة بالطفل والصحة العامة للقرويين .

وعادة ، ماتتم مشاهدة التليفزيون فى إطار جمعى أو أسرى ، ويندر أن تتم بصورة فردية ، حيث كثيرا مايجلس الفرد لمشاهدة التليفزيون فى حضور الأهل والأصدقاء أو الجيران وغيرهم ممن يشاركونه المشاهدة . وقد تأكد هذا السلوك فى استجابات المبحوثين اللفظية على تساؤلنا : فى العادة ، أنت بتتفرج على التليفزيون لوحدك ولا مع حد تانى ؟ فقد مالت الغالبية العظمى إلى الإجابة مع الأهل . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (١١)

سلوك تعرض القرويين للتليفزيون

التعــــرض	التكرار	٪
لوحــــــده	١٣	٧ر٢
مع الأهــــل	٤٢١	٤ر٨٨
حسب الظروف	٤٠	٥ر٨
أخــــرى	٢	٤ر
إجمالــــى	٤٧٦	١٠٠

وكما هو واضح من بيانات الجدول ، فإن (٤٢١) مبحوثا بنسبة (٤ر٨٨٪) من إجمالى المبحوثين الذين يشاهدون التليفزيون ، عادة ماتتم مشاهدتهم للتليفزيون فى حضور آخرين كأفراد الأسرة أو الأقرباء أو الأصدقاء ... الخ وأشار (٤٠) مبحوثا بنسبة (٥ر٨٪) إلى أن الأمر يتوقف على الظروف ومدى فراغ الآخرين . فى حين لم يتجاوز عدد من أشار إلى أنه يشاهد التليفزيون فى العادة بمفرده عن (١٣) مبحوثا بنسبة (٧ر٢٪) فقط من إجمالى المبحوثين الذين يشاهدون التليفزيون .

وتظهر التحليلات الإحصائية ، وجودعلاقة دالة قوية بين المهنة وسلوك التعرض الفردى أو الجمعى للتليفزيون (كا^{2} دالة عند مستوى ثقة ١... ر.) حيث تزيد نسبة الاستجابات مع الأهل لدى فئة الفلاحين ، والعمال ، والتجار ، فى مقابل تزايد التعرض الفردى للتليفزيون لدى فئة الموظفين والطلبة . ويندر أن تتعرض فئة المهنيين بمفردها للتليفزيون وهكذا * .

وإذا كان الطابع الغالب على مشاهدة التليفزيون هو الطابع الجمعى ، فقد كان من المفيد أن نطرح السؤال الآتى على المبحوثين : طيب ياترى بتحب تناقش اللى بتشوفه معاهم ولابتتفرج وخلاص ؟ وهنا اتجه الجانب الأكبر من المبحوثين إلى تأكيد هذه المناقشة ، حيث عادة ماتدور المناقشات وتبدى التعليقات المتبادلة بينهم حول مايقال أو يشاهد . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (١٢)

تصرف القرويين أثناء المشاهدة الجماعية لبرامج التليفزيون

التعــــرض	التكرار	٪
بيناقش ويقول رأيه	٣١١	٢ر٦٧
يكتفى بالمشاهدة فقط	١٠٩	٤ر٢٣
حسب الظروف	٤٣	٤ر٩
إجمــــــالى	٤٦٣	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (١٢) أن الجانب الأكبر من المبحوثين الذين أقروا بمشاهدتهم الجمعية للتليفزيون (٣١١) مبحوثا بنسبة (٢ر٦٧٪) تناقش مايعرض أمامهم فى التليفزيون خلال جلسة المشاهدة وهو أمر غاية فى الأهمية ،

* انظر بيانات الجدول رقم (١٠) ملحق رقم (٣) .

خصوصا عند مناقشة قضية تأثير التليفزيون فى القرية المصرية ، وحيث تلعب الآراء الشخصية والعلاقات الاجتماعية دورها . فى حين لم تتجاوز نسبة من يكتفى فقط بالمشاهدة دون حوار أو إبداء تعليقات على مايرد من مضامين ، أو أن الأمر يتوقف لديه على الظروف وطبيعة المشاهد المقدمة عن (٢٣٫٤٪) و (٩٫٤٪) على الترتيب لكل منهما .

٢ - الراديــــو

ظلت أجهزة الراديو محدودة العدد فى قرى الريف المصرى خلال الخمسينيات من هذا القرن ، ويقتصر وجودها على عدد من الأجهزة التى تعد على أصابع الأيدى ، وفى حوزة فئات معينة سواء أعيان القرى أو لدى أحد البقالين أو أصحاب المقاهى ، ودخلت أجهزة الراديو بكثافة ملحوظة إلى القرية مع بداية الستينيات ، وذلك فى إطار الترانزستور وانخفاض أسعاره من جهة ، بالإضافة إلى عودة الكثير من أبناء القرى المجندين الذين شاركوا فى حرب اليمن خلال الفترة من ١٩٦٢ - ١٩٦٧ من جهة أخرى ، حيث كانت تتيح لهم المرتبات التى يقومون بادخارها هناك شراء أحد أجهزة الراديو أثناء العودة إلى القرية . بل وكانت حيازة مثل هذا الجهاز تعد بمثابة أحد مؤشرات التمايز فى نظر العديد من فقراء الفلاحين خلال ذلك الوقت والحراك الذى حققه المجندون العائدون . ثم أخذت أجهزة الراديو فى الانتشار بعد ذلك بصورة واضحة ، لدرجة أنه أصبح من النادر أن نجد أسرة ريفية لاتحوز راديو أو اثنين على الأقل .

وقد بدأ الحوار مع المبحوثين - أفراد العينة - حول جهاز الراديو بطرح السؤال الآتى : أنت متعود تسمع الراديو ولالا ؟ ويوضح الجدول رقم (١٣) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

جدول رقم (١٣)

درجة تعود القرويين على سماع الراديو

درجة التعود	التكرار	٪
دايمـــــــا	٢٥٠	٤ر٤٩
حسب الظروف	١٥٩	٢ر٣١
لاأسمعـــــه	١٠٠	٤ر١٩
إجمالـــــى	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (١٣) أن النسبة الغالبة من المبحوثين (٤ر٤٩٪) تواظب على الاستماع للراديو ، ومع ذلك ، فإن هناك (١٥٩) مبحوثا بنسبة (٢ر٣١٪) لاتواظب على هذا الاستماع ، وأن الأمر لديها يتوقف على الظروف أو التعرض العشوائى وغير المنتظم . فى حين وصلت نسبة عدم الاستماع إلى الراديو على الإطلاق إلى (٤ر١٩٪) من إجمالى المبحوثين أفراد العينه . الأمر الذى يشير إلى تراجع نسبى فى معدلات تعرض القرويين للراديو . وقد يعود ذلك إلى تحول نظرة القرويين إلى جهاز الراديو كوسيلة لمعرفة أخبار الدنيا ، ونقل إجراءات وقرارات حكومة الثورة ، ونشر الوعى بين القرويين فى المقام الأول ، على النحو الذى كان سائدا خلال حقبتى الخمسينيات والستينيات ، إلى النظر إليه باعتباره وسيلة للتسلية وسماع الأغانى أو القرآن الكريم والأخبار فى وقت الأزمات فى الوقت الراهن . أو ربما يعود هذا التراجع أيضا إلى سحب بعض الوسائل الاتصالية الأخرى مثل التليفزيون وأشرطة التسجيل ، التى راجت مؤخرا فى مجتمع القرية ، لبعض جمهور الراديو .

وتشير البيانات التحليلية إلى عدم وجود علاقة بين النوع ودرجة التعود على الاستماع للراديو ، حيث يظل معدل تعرض الذكور متقاربا مع معدل تعرض

الإناث فى القرية إلى حد كبير ، ومع ذلك فقد تبين وجود علاقة دالة بين الموقع الجغرافى ودرجة التعود على الاستماع للراديو (كا^2 معنوية عند مستوى ٤٠ر٠) ، حيث يرتفع نسبيا التعود على الاستماع للراديو بقرى وجه بحرى بالمقارنة بقرى وجه قبلى ، وفى القرى (الأم) بالمقارنة بالقرى التابعة* ، كما تبين وجود علاقة محدودة بين المهنة والتعود على الاستماع للراديو (كا^2 معنوية عند مستوى ٠٦ر٠) حيث ترتفع قليلا نسبة الاستماع للراديو لدى فئات الطلبة والفلاحين والعمال والمهنيين وتقل نسبيا لدى فئات الحرفيين والتجار**.

وقد اتجه البحث للحوار مع جماعة المبحوثين الذين أقروا بعدم استماعهم للراديو والبالغ عددهم (١٠٠) مفردة ، بغية التعرف على أسباب عدم استماعهم لهذه الوسيلة الاتصالية ، ويوضح الجدول رقم (١٣) نتائج الحوار فى هذا الجانب .

جدول رقم (١٤)

اسباب عدم استماع القرويين للراديو

السبب	التكرار	٪
ليس لديه وقت	٢٩	٢٩
لايملك راديو	٣٢	٣٢
الراديو للناس الفايقة	٣	٣
لايحب الراديو	٦	٦
يفضل مشاهدة التليفزيون	١٧	١٧
أخرى	١٣	١٣
إجمالى	١٠٠	١٠٠

* انظر بيانات الجدول رقم (١١) ملحق رقم (٣) .
** انظر الجدول رقم (١٢) ملحق رقم (٣) .

وتشير بيانات الجدول رقم (١٤) إلى أن الجانب الغالب من أسباب عدم الاستماع أو تعامل المبحوث مع الراديو ، يعود إلى عدم حيازة جهاز الراديو ذاته (٣٢) مبحوثا بنسبة (٣٢٪) من إجمالى الأفراد الذين لايستمعون إلى الراديو ، الأمر الذى يعنى من ناحية أن حجم حيازة أجهزة الراديو لدى أفراد العينة الكلية لايتجاوز (٧ر٩٣٪) من إجمالى المبحوثين البالغ عددهم (٥٠٩) مبحوث ، ويتناقض من ناحية أخرى مع الانطباع العام الشائع ، ونتائج بعض البحوث الحقلية الأخرى التى تشير إلى حيازة جميع الأسر الريفية لجهاز أو أكثر من أجهزة الراديو .

ويلى عدم حيازة جهاز الراديو ، المشغولية ، وعدم وجود وقت للاستماع للراديو بنسبة (٢٩٪) ، ثم تفضيل مشاهدة التليفزيون بنسبة (١٧٪) ، وهو أمر يؤكد صحة ما أشرنا إليه من قبل حول سحب جهاز التليفزيون لبعض جمهور الراديو ، ثم عدم حب الراديو ، أو النظر إليه باعتباره وسيلة ترفيه "الراديو للناس الفايقة" بنسبة (٩٪) من إجمالى أفراد العينة الذين لايستمعون إلى الراديو .

وإذا تجاوزنا من لايستمع إلى الراديو إلى من يستمع ويتفاعل مع جهاز الراديو ، بغية الوقوف على المضامين والبرامج التى يفضلون الاستماع إليها أكثر فى الراديو ، فإن بيانات الجدول رقم (١٥) تكشف عن نتائج استجابات المبحوثين الفظية على تساؤلاتنا فى هذا المجال .

جدول رقم (١٥)

المضامين والبرامج التى يفضل القرويون الاستماع إليها فى الراديو

المضامين والبرامج المفضلة	التكرار *	٪
الأخبار والتعليقات السياسية	١٦٤	٦ر١٧
المسلسلات الإذاعية	١٢٢	١ر١٣
برامج المرأة والطفل	٣٩	٢ر٤
برامج الإرشاد الزراعى	١٣	٤ر١
القرآن الكريم والبرامج الدينية	٢٩٤	٦ر٣١
الإعلانات	٢	٢ر٠
برامج المنوعات	٥٣	٧ر٥
البرامج الجماهيرية	٦٣	٨ر٦
الأغانى والموسيقى	١٢٣	٣ر١٣
المباريات الرياضية	١٧	٨ر١
البرامج الثقافية	٢٤	٦ر٢
أخرى	١٦	٧ر١
إجمالى	٩٣٠	١٠٠

* يزيد عدد تكرارات هذا الجدول عن عدد أفراد العينة الذين يستمعون إلى الراديو البالغ عددهم ٤٠٩ لأن المبحوث الواحد كان يتاح له اختيار أكثر من متغير .

وتكشف بيانات الجدول رقم (١٥) عن مدى التغيير الذى طرأ على جهاز الراديو ، فعوضا عن التوظيف السياسى والإلمام بممارسات النخبة السياسية ، ودعم معارفهم بإجراءات وقرارات الحكومة ومجريات الأحداث الداخلية والخارجية، على النحو الذى كان سائدا من قبل ، والذى لم يعد يتجاوز (٦ر١٧٪) فى الوقت الراهن من إجمالى تفضيل القرويين لمضامين وبرامج الراديو ، أصبح القرويون يستخدمون الراديو أكثر فى الاستماع إلى القرآن الكريم والبرامج الدينية ولها الأولوية المطلقة (٢٩٤) تكرارا بنسبة (٦ر٣١٪) ، ثم المضامين

الترفيهية أو الخيالية مثل الأغاني والموسيقى والمسلسلات الإذاعية بنسبة (١٣٫٣٪) و (١٣٫١٪) على الترتيب لكل منهما ، والبرامج الجماهيرية بنسبة (٦٫٨٪) ، وبرامج المنوعات بنسبة (٥٫٧٪) ، وتدنى بعد ذلك معدلات الاستماع إلى بقية المضامين والبرامج الإذاعية ، حيث نجد - مثلا - أن برامج الإرشاد الزراعى لايتجاوز تفضيل التعرض لها بين القرويين (١٫٤٪) ، الأمر الذى يشير إلى محدودية استفادة القرويين ، وبالذات الفلاحين من هذه البرامج . كما لم تتجاوز نسبة تفضيل التعرض لبرامج المرأة والطفل على أهميتها عن (٤٫٢٪) والبرامج الثقافية عن (٢٫٦٪) ، وهى جميعها بيانات تشير إلى محدودية المهام التى يقوم بها الراديو فى مجتمع القرية فى الوقت الراهن .

وتظهر البيانات وجود علاقة بين النوع وتفضيلات التعرض لبرامج الراديو*. فالذكور أكثر تفضيلا للبرامج الدينية والأخبار والتعليقات السياسية ، حيث تصل نسبة هذا التفضيل بينهم إلى (٨١٪) و (٥١٪) على الترتيب . فى حين أنها لاتتجاوز لدى الإناث (٥٢٪) و (١٧٪) . ويتميز الإناث فى المقابل بتفضيل التعرض للمسلسلات الإذاعية والأغانى والموسيقى وبرامج المرأة والطفل ، حيث تصل نسبة تفضيل التعرض لهذه البرامج لديهن إلى (٤٥٪) و (٤٥٪) و (٤٧٪) على الترتيب لكل منها ، فى حين لاتتجاوز هذه النسبة لدى الذكور عن (٢٣٪) و (٢٤٪) و (١٪) على الترتيب .

وبصرف النظر عن تفضيلات التعرض ، فقد اتجه البحث للتعرف على رأى المبحوثين فيما يقدمه الراديو من مضامين فعلية ، وطرحنا عليهم السؤال الآتى : وإيه رأيك فى الحاجات اللى الراديو بيقدمها ؟ وكان من المنطقى ، ونتيجة طبيعية لتركز

* انظر بيانات الجدول رقم (١٣) ملحق رقم (٣) .

استماع المبحوثين للراديو على البرامج الدينية، والأغانى والموسيقى ، والمسلسلات الإذاعية ، على النحو السابق الإشارة إليه ، أن تجيب الغالبية العظمى منهم ردا على هذا التساؤل بالإيجاب . ويوضح الجدول رقم (١٦) هذه الحقيقة .

جدول رقم (١٦)

رأى المبحوثين فى البرامج التى يقدمها الراديو

الـرأى	التكـرار	٪
كويســـــــة	٣٨٣	٩٣٫٧
مش دايما كويسة	٢٤	٥٫٩
سيئـــــــة	٢	٠٫٤
إجمالــــى	٤٠٩	٪١٠٠

وواضح من بيانات الجدول رقم (١٦) أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٣٨٣) مبحوثا بنسبة (٩٣٫٧٪) تنظر إلى البرامج والمضامين التى يقدمها الراديو نظرة إيجابية ، وتحكم عليها بأنها "كويسة" فلا خلاعة ولا مضامين أو مشاهد خارجة عن التقاليد والثقافة ، كما هو حادث مع جهاز التليفزيون . فى حين تلاشت – أو كادت – نسبة الاستجابات التى تنظر إلى برامج الراديو نظرة سلبية وتعتبرها "سيئة" حيث لم تتجاوز هذه النسبة (٠٫٤٪) من إجمالى المبحوثين الذين يستمعون إلى الراديو . ومال (٢٤) مبحوثا بنسبة لم تتجاوز (٥٫٩٪) إلى ترديد استجابات أكثر اعتدالا كالقول مثلا "فيه وفيه" أو "مش دايما كويسة" وهكذا .

وعلى الرغم من هذا الإقرار العام بإيجابية برامج الراديو ، فإن ثمة بعض التمايزات النوعية تكشف عنها البيانات التفصيلية فالإناث أكثر إيجابية تجاه برامج الراديو بالمقارنة بالذكور (كا^2 دالة عند مستوى ٠٫٠٣). كما تتزايد نسبيا الاتجاهات الإيجابية نحو برامج الراديو لدى فئات الحرفيين والمهنيين والعمال على

الترتيب ، وتقل نسبيا لدى فئات الموظفين والطلاب والتجار* .

ومع محدودية نسبة المبحوثين الذين أبدوا استجابات سلبية أو أقرب إلى السلبية تجاه برامج الراديو والبالغ عددهم (٢٦) مبحوثا بقرى البحث الأربع ، فقد كان من المفيد تعميق الحوار معهم للتعرف على مبررات عدم تقبلهم لبرامج الراديو . وقدم المبحوثون العديد من المبررات من قبيل : "الأغانى الجديدة الهابطة ، الأخبار طويلة ومكررة ومش كويسة ، المسلسلات مملة وغير مشوقة ، كلام ودردشة فارغة زى عدمها" إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى عدم الإعجاب ببرامج الراديو ومحدودية درجة الاستفادة منه لدى هؤلاء المبحوثين .

ولمزيد من التأكيد حول حقيقة موقف المبحوثين من برامج الراديو ، والكشف عن رغباتهم الكامنة من هذه الوسيلة الاتصالية طرحنا عليهم السؤال الآتى : ومفروض الراديو يعمل إيه علشان يبقى أحسن من كده ؟ وتؤكد استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل صحة ما أشرنا إليه حول التغير الذى طرأ على طريقة توظيف القرويين لجهاز الراديو . ويوضح الجدول رقم (١٧) هذه الحقيقة .

جدول رقم (١٧)

تصورات القرويين لكيفية تطوير اداء الراديو

التصور	التكرار*	٪
يحسن من برامجه ويجعلها مفهومة	٤٠	٧ر٤
زيادة البرامج الثقافية والتوعية	٧٠	١٢ر٨
زيادة البرامج الدينية والقرآن	١٧٣	٣١ر٧
زيادة الأغانى	٢٥	٤ر٧
تقديم برامج تهتم بمشاكل الناس أكثر	٧٤	١٣ر٦
لا أعرف	٧٢	١٣ر٢
أخرى	٩١	١٦ر٧
إجمالى	٥٤٥	١٠٠

* يزيد عدد تكرارات هذا الجدول عن عدد المبحوثين الذين يستمعون إلى الراديو لأن المبحوث الواحد كان يتاح له اختيار أكثر من متغير .

* انظر بيانات الجدول رقم (١٤) ملحق رقم (٣) .

وتظهر بيانات الجدول رقم (١٧) أن الجانب الأكبر من المبحوثين (١٧٣) مبحوثا بنسبة (٣١٫٧٪) ترى ضرورة تكثيف البرامج الدينية والأحاديث النبوية والقرآن الكريم فى الراديو ، حيث أصبح – وكما أشرنا من قبل – ينظر إلى الراديو باعتباره وسيلة لتلبية هذه الرغبة أو الحاجة لدى القرويين . ويلى ذلك الاهتمام بالبرامج التى تعالج المشاكل التى يواجهها الأفراد فى ممارسة حياتهم اليومية (٧٤) مبحوثا بنسبة (١٣٫٦٪) ، ثم زيادة البرامج الثقافية والتوعية (٧٠) مبحوثا بنسبة (١٢٫٨٪) ، وتجويد البرامج وتبسيط مضمونها (٤٠) مبحوثا بنسبة (٧٫٤٪) ، وزيادة الأغانى (٢٥) مبحوثا بنسبة (٤٫٧٪) من إجمالى التكرارات البالغ عددها (٥٤٥) تكرارا . واتجهت نسبة غير قليلة (٢٩٫٠٩٪) لترديد استجابات سلبية من قبيل : "لا أعرف ، أو اللى هم عوزين يعملوه بيعملوه، أو حيعمل إيه يعنى الراديو" ، إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى عدم قدرة المبحوث على تقديم تصور أو رأى محدد فى كيفية تطوير أداء برامج الراديو من وجهة نظره .

وبصرف النظر عن المضامين والبرامج التى يتعرض لها القرويون أو مقترحاتهم بشأن تطوير هذه البرامج وتحسين أداء الراديو ، فقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على نوعية المحطات الإذاعية التى يقبل عليها القرويون ، وطرحنا عليهم السؤال المفتوح الآتى : ياترى إيه المحطات الإذاعية اللى بتحب تسمعها فى الراديو أكثر؟

ويفصح الجدول رقم (١٨) عن نتائج الحصر الكمى لاستجابات المبحوثين اللفظية بقرى البحث الأربع عن هذا التساؤل .

جدول رقم (١٨)

المحطات الإذاعية التى يفضل القرويون الاستماع إليها أكثر

المحطة الإذاعية المفضلة	التكرار *	٪
إذاعة القــــرآن الكريــــم	٢٧٩	٣٢٫٢٥
إذاعـــة مصـــــــــر	١٧١	١٩٫٧٧
إذاعـــة الشـــرق الأوســـط	١٥٢	١٧٫٥٧
صـــــوت العــــرب	٩٨	١١٫٣٣
أم كلثــــــــــوم	٤١	٤٫٧٤
البرنامـــــج العــــام	٣٤	٣٫٩٣
الشـــباب والرياضـــة	٢٤	٢٫٧٧
القاهـــرة الكبـــــرى	٢٢	٢٫٥٤
لنــــــــــدن	١٨	٢٫٠٨
اســـــرائيــــــل	٧	٠٫٨٢
الشعــــــــــب	٧	٠٫٨٢
مونـــــت كارلـــــو	٦	٫٦٩
وسط الدلتا أو شمال الصعيد	-	-
لاأعـــــــرف	٦	٠٫٦٩
إجمالـــــــى	٨٦٥	١٠٠

* يزيد عدد مفردات هذا الجدول عن عدد الأفراد الذين يستمعون إلى الراديو أعضاء العينة لأن المبحوث كان يحدد أحيانا أكثر من محطة إذاعية .

وتأتى إذاعة القرآن الكريم على رأس قائمة تفضيلات المحطات الإذاعية التى يقبل عليها القرويون (٢٧٩) تكرارا بنسبة (٣٢٫٢٥٪) ، وينسجم ذلك مع ماسبق أن ردده المبحوثون حول تفضيلهم التعرض للبرامج الدينية فى الراديو أو مطالبتهم بزيادة جرعة هذه النوعية من البرامج فى الراديو . ويلى ذلك "إذاعة مصر" (١٧١) تكرارا بنسبة (١٩٫٧) ، وربما المقصود هو محطة البرنامج العام ، التى وردت صراحة فقط بهذا الاسم فى استجابات (٣٤) مبحوثا بنسبة (٣٫٩٣٪) ، ثم إذاعة الشرق الأوسط فى المرتبة الثالثة (١٥٢) مبحوثا بنسبة

(٥٧ر١٧٪) ، وصوت العرب بنسبة (٣٣ر١١٪) ، وإذاعة أم كلثوم بنسبة (٧١ر٤٪) ، وتدنت بعد ذلك نسبة الاستماع إلى بقية المحطات الإذاعية ، مثل إذاعة الشباب والرياضة ، القاهرة الكبرى ، والشعب وغيرها .

وكان اللافت للنظر فى بيانات الجدول رقم (١٨) هو الانخفاض الشديد فى استجابات المبحوثين التى تشير إلى تفضيلهم التعرض للمحطات الأجنبية ، حيث لم تتجاوز نسبة تفضيل الاستماع إلى راديو لندن عن (٠٨ر٢٪) واسرائيل عن (٨٢ر٠٪) ومونت كارلو عن (٦٩ر٠٪) ، واختفت تماما الاستجابات التى تشير إلى أية محطات عربية أو صوت أمريكا ، أو حتى للإذاعات المحلية مثل إذاعة وسط الدلتا ، أو إذاعة شمال الصعيد ، وهو أمر واضح الدلالة ، ويشير إلى التراجع الشديد فى فاعلية هذه المحطات الإذاعية فى مجتمع القرية .

ولم تتمكن الغالبية العظمى من المبحوثين ، وبالذات جماعة الفلاحين ، والعمال ، والحرفيين من تقديم استجابات محددة حول أسباب تفضيلهم للمحطات الإذاعية المشار إليها آنفا . باستثناء إعادة تكرار ماسبق الإشارة إليه حول تفضيلات تعرضهم لبرامج الراديو ، كالقول : "علشان بتجيب القرآن وبتقوم بالتوعية الدينية ، علشان بتنوع الموضوعات وخفيفة وسريعة وكله كويس ، بتهتم بالبرامج الرياضية ، بتهتم بالمسلسلات ، بتهتم بالأغانى" إلى غيرها من الاستجابات التى تعكس تفضيلات المبحوث من برامج الراديو .

وفى محاولة من جانب البحث لإعادة التثبت من علاقة المبحوثين بالمحطات الإذاعية السابق الإشارة إليها ، وحقيقة تفاعلاتهم معها ، طرحنا على المبحوثين السؤال المفتوح الآتى : تقدر تقولى أسماء بعض البرامج اللى بتسمعها فى المحطات دى ؟

وكان اللافت للنظر فى استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل هو الانخفاض الواضح فى قدرة الجانب الأكبر منهم على التحديد ، أو ذكر برامج

معينة ، وميلهم للاستجابة "مش عارف" أو القول القرآن والبرامج الدينية ، أو المسلسلات" إلى غيرها من التعبيرات التى لاتعنى شيئا ولاتحدد برامج ، وتؤكد محدودية علاقة المبحوث بالمحطات المشار إليها وشكلية حديثهم حول تفضيلهم التعرض لها .

ومع ذلك ، فقد تمكن بعض المبحوثين من ترديد أسماء بعض البرامج ، يأتى على رأسها على سبيل الحصر وبالترتيب : الأخبار ، مايطلبه المستمعون ، كلمتين وبس ، على الناصية ، ربات البيوت ، خمسة لصحتك ، همسة عتاب ، شبيك لبيك، لو كنت مكانى ، أغرب القضايا ، أجراس الخطر ، زيارة لمكتبة فلان ، تسالى ، البرامج التعليمية ، مسرح المنوعات ، والبرامج الرياضية .

وقد كان من المفيد تعميق البحث حول أوضاع الإذاعات المحلية ، خصوصا وأن استراتيجية الدولة تعتمد على هذه الإذاعات فى تنمية المناطق المحلية . ولم يردد المبحوثون أسماء هذه المحطات فى حوارهم السابق حول المحطات التى يفضلون الاستماع إليها ، وحيث تدخل قرى البحث الأربع فى نطاق الحيز الجغرافى لإرسال إذاعة وسط الدلتا (قرية مناوهلة وكفر مناوهله) ، وإذاعة شمال الصعيد (قرية أبو جرج والمودة) .

وقد بدأ الحوار فى هذا الجانب بمحاولة التعرف على مدى معرفة المبحوثين بوجود إذاعة محلية تخدم محافظتهم . وطرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : ياترى فيه لمحافظتكم إذاعة محلية بتخدمها ؟ وكان اللافت للنظر ومثيرا للدهشة فى الوقت نفسه ، أن الغالبية العظمى من المبحوثين مالت لنفى وجود إذاعة محلية ، رغم وجودها فى الواقع الفعلى . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (١٩)
مدى معرفة المبحوثين بوجود إذاعة محلية لمحافظتهم

درجة المعرفة	التكرار	٪
يعــرف	١٢٣	٢ر٣٠
لايعــرف	٢٨٦	٨ر٦٩
إجمالـى	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول ، أن (١٢٣) مبحوثا بنسبة (٢ر٣٠٪) فقط هم الذين لديهم معرفة بوجود إذاعة محلية لمحافظتهم . فى حين نفى (٢٨٦) مبحوثا بنسبة (٨ر٦٩٪) وجود هذه الإذاعة . وقد تبين وجود علاقة دالة قوية بين الموقع الجغرافى ودرجة المعرفة بوجود إذاعة محلية للمحافظة (كا^2 معنوية عند مستوى ٠٠١ر٠) حيث تتزايد نسبة المعرفة بوجود إذاعة محلية بين المبحوثين بقرى وجه قبلى لتصل إلى (٣ر٤٣٪) فى مقابل (٣ر١٧٪) بين المبحوثين بقرى وجه بحرى .

وتنخفض نسبة عدم المعرفة بوجود إذاعة محلية بقرى وجه قبلى لتصل إلى (٧ر٥٦٪) فى مقابل (٧ر٨٢٪) بقرى وجه بحرى . كما تبين وجود علاقة معنوية دالة بين المهنة ودرجة المعرفة بوجود إذاعة محلية (كا^2 دالة عند مستوى ٠٠٢ر٠) ، حيث يرتفع نسبيا عدم المعرفة بوجود إذاعة محلية لدى فئة الفلاحين ، والطلاب ، وينخفض لدى فئة التجار والعمال والحرفيين وهكذا* . كذلك يلعب النوع تأثيرا فى هذا المجال ، حيث تزيد نسبة عدم المعرفة بوجود إذاعة محلية لدى الإناث لتصل إلى (٨٨٪) فى مقابل (٦٦٪) لدى الذكور . وبينما تصل نسبة المعرفة بين الإناث

* انظر بيانات الجدول رقم (١٥) ملحق رقم (٣) .

بوجود إذاعة محلية إلى (١٢٪) ترتفع هذه النسبة لدى الذكور لتصل إلى (٣٦٪) ، مما يشير إلى الضعف النسبى لعلاقة المرأة الريفية بالإذاعات المحلية .

ومع محدودية عدد المبحوثين الذين أقروا بمعرفتهم بوجود إذاعة محلية تخدم محافظتهم ، فقد كان من المفيد مواصلة الحوار معهم للتعرف على حقيقة ارتباطهم بهذه الإذاعة أو درجة استماعهم لها . ويوضح الجدول التالى نتائج الحوار فى هذا الجانب .

جدول رقم (٢٠)

درجة استماع القرويين للإذاعات المحلية

درجة الاستماع	التكرار	٪
يستمــع	٤٩	٣٩٫٨
لا يستمع	٧٤	٦٠٫٢
إجمالــى	١٢٣	١٠٠

وتكشف بيانات الجدول ، أن الجانب الأكبر من المبحوثين الذين أقروا بمعرفتهم بوجود إذاعة محلية – على قلتهم – لايستمعون إلى هذه الإذاعات (٧٤) مبحوثا بنسبة (٦٠٫٥٪) ، فى حين لم يتجاوز عدد من أشار منهم إلى استماعه لها عن (٤٩) مبحوثا بنسبة (٣٩٫٨٪) من إجمالى هؤلاء المبحوثين البالغ عددهم (١٢٣) مبحوثا . ويعنى ذلك ، أن حجم تعرض عينة البحث والبالغ عددهم (٥٠٩) مبحوث للإذاعات المحلية لايتجاوز (٦٣٫٩٪) ، وهو أمر يتناقض مع العديد من الكتابات التى تفرط فى الحديث عن الدور البالغ الذى تلعبه الإذاعات المحلية فى القرية المصرية .

وقد كان من الطبيعى تعميق الحوار مع المبحوثين للتعرف على الأسباب

الكامنة وراء عزوفهم عن الاستماع للإذاعات المحلية الخاصة بمحافظتهم . وقد قدم المبحوثون فى ذلك استجابات من قبيل : "مافيش وقت يابيه" ، لا أهتم بها ، الإرسال لايأتى فى الراديو ، حتقول إيه يعنى إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى الميل العام للتقليل من شأن هذه الإذاعات ، أو أهمية ماتقدمه لمجتمع القرية .

وفى المقابل حصر المبحوثون الذين أقروا باستماعهم للإذاعات المحلية أسباب هذا الاستماع فى استجابة : "علشان أعرف أخبار محافظتى" ، ومع ذلك، يكشف مواصلة الحوار مع هؤلاء الأفراد والبالغ عددهم (٤٩) مبحوثا ، عن ضعف ارتباطهم بهذه الإذاعات وميلهم العام للتقليل من أهميتها أو دورها فى حياتهم ، فلم يتجاوز عدد الذين سبق لهم أن بعثوا للإذاعة المحلية بجواب أو شكوى ، أو اتصل بها لأى سبب عن (خمسة) أفراد بنسبة (٤٪) فقط من إجمالى المبحوثين الذين أقروا بمعرفتهم بوجود إذاعة محلية ، ونفى (١١٨) مبحوثا بنسبة (٩٦٪) أن يكون قد قام بشيئ من هذا القبيل .

كما أقرت الغالبية العظمى من هؤلاء الأفراد (٩٨) مبحوثا بنسبة (٧ر٧٩٪) أن المحطات الإذاعية الأخرى بتفيد أكثر عن محطة الإذاعة المحلية باعتبارها أعم وأشمل ، على حد وصف المبحوثين . فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى درجة إفادة أكبر للإذاعة المحلية عن (٢٠) مبحوثا بنسبة (٣ر١٦٪) فقط . وعلى أساس أنها بتخص البلد .

كذلك ، فقد أبدى المبحوثون الذين أقروا باستماعهم للإذاعات المحلية عجزا واضحا فى ردهم على تساؤلنا :إيه اللى بتقدمه الإذاعة المحلية خاصة بأمور محافظتكم ؟ حيث مال الجانب الأكبر منهم لترديد استجابة "مش عارف" ، وانحصرت بقية الاستجابات المحدودة فى ترديد عبارات من قبيل المشاكل والأسعار ، أخبار

المحافظة ، مشاكل الزراعة والرى ، مافيش حاجة خاصة بالمحافظة إلى غيرها من الاستجابات التى تؤكد ماسبقت الإشارة إليه حول تدنى ارتباط القرويين بالإذاعات المحلية .

ومع ذلك ، ولمزيد من الاطمئنان من دقة البيانات المعروضة آنفا حول الوضع المتردى للإذاعات المحلية فى بناء الاتصال فى القرية المصرية ، طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : ياترى إنت شايف أن الإذاعة المحلية بتساعد فى حل مشاكلكم ؟ ومرة أخرى مالت الغالبية العظمى من المبحوثين الذين أقروا باستماعهم إلى الإذاعات المحلية للنفى . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٢١)

مدى مساعدة الإذاعة المحلية فى حل مشاكل القرويين

مدى المساعدة	التكرار	٪
تساعد فى حل المشاكل	٣٥	٢٨٫٤
لا تساعد فى حل المشاكل	٧٩	٦٤٫٣
أخرى	٩	٧٫٣
إجمالى	١٢٣	١٠٠

وتفصح بيانات الجدول رقم (٢١) أن ٧٩ مبحوثا بنسبة (٦٤٫٣٪) من إجمالى المبحوثين الذين يستمعون إلى الإذاعات المحلية لديها اقتناع بأن الإذاعة المحلية لاتساعد فى حل مشاكلهم بالقرية ، الأمر الذى يؤكد صحة ما أشرنا إليه آنفا حول تلاشى دور هذه الإذاعات فى مجتمع القرية ، ربما بسبب استمرارية توجهاتها الحضرية على نسق الإذاعات المركزية ، واقتصار اهتمامها على مشكلات المدن التى تعمل بها . ولم يتجاوز عدد من أشار إلى أنها تساعد فى حل المشاكل - ربما من قبيل التزايد ومجاراة الباحث أو الرغبة فى الظهور بمظهر

المطلع الفاهم ... الخ – عن (٢٠) مبحوثا بنسبة (٢٨،٤٪) فقط من إجمالى هؤلاء المبحوثين والبالغ عددهم (١٢٣) مبحوثا . حيث أحدث توجيه السؤال زى إيه ؟ إليهم ارتباكا واضحا وعدم قدرة على تحديد نوعية المشاكل التى ساعدت فى حلها الإذاعة المحلية ، واكتفى البعض منهم بترديد استجابات من قبيل : "الاتصال بالمسئولين لحل مشاكل القرية ، مشاكل الزراعة ، كله كويس يابيه" ، إلى غيرها من الاستجابات العامة غير محددة المعنى ، التى تؤكد شكلية الاستجابات اللفظية السابقة حول دور الإذاعة المحلية فى حل مشاكل القرية . ولم يتمكن تسعة أفراد بنسبة (٧،٣٪) من تقديم رأى أو تصور فى هذا المجال ، واكتفوا بالاستجابة "مش عارف" .

وأيا كان الأمر ، فقد قدم المبحوثون بعض المقترحات لتطوير وضع الإذاعات المحلية ، حيث أشاروا فى ردهم على تساؤلنا : إيه اللى ممكن تعمله الإذاعة دى علشان تساهم فى حل المشاكل بتاعتكم ؟ إلى أهمية تقوية الإرسال وتحسين الصوت ، وزيادة فترة الإرسال ، وتقديم مشاكل القرية للمسئولين ، النزول إلى الجماهير فى قلب القرية .

وإذا تجاوزنا الإذاعات المحلية إلى الإذاعات الأجنبية ، فأننا نجد أن مركز هذه الإذاعات الأخيرة لايقل سوءا عن مركز الإذاعات المحلية فى بناء الاتصال فى قرى البحث الأربع . ويوضح الجدول رقم (٢٢) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٢٢)

درجة استماع القرويين للإذاعات الأجنبية

درجة الاستماع	التكرار	٪
يستمع	١٢١	٢٩،٨
لا يستمع	٢٨٨	٧٠،٢
إجمالى	٤٠٩	١٠٠

وتكشف بيانات الجدول رقم (٢١) ، أن (٢٨٨) مبحوثا بنسبة (٢ر٧٠٪) لايستمعون إلى الإذاعات الأجنبية . فى حين لم يتجاوز عدد الذين أقروا باستماعهم إلى هذه الإذاعات عن (١٢١) مبحوثا بنسبة (٨ر٢٩٪) فقط من إجمالى المبحوثين أفراد العينة الذين يستمعون إلى الراديو . ومع ذلك ، فقد تبين وجود علاقة ارتباطية قوية بين النوع ودرجة الاستماع للإذاعات الأجنبية . ويوضح الجدول رقم (٢٣) هذه الحقيقة :

جدول رقم (٢٣)

العلاقة بين النوع والاستماع للإذاعات الأجنبية

النوع	ذكور		اناث		إجمالى	
درجة الاستماع	ك	٪	ك	٪	ك	٪
يستمع	١٠٨	٣٩	١٣	١١	١٢١	٩ر٢٩
لايستمع	١٧٣	٦١	١١٥	٨٩	٢٨٨	١ر٧٠
إجمالى	٢٨١	١٠٠	١٢٨	١٠٠	٤٠٩	١٠٠

* يزيد عدد تكرارات هذا الجدول عن عدد المبحوثين الذين أقروا باستماعهم للإذاعات الأجنبية والبالغ عددهم (١٢١) مبحوثا لأن المبحوث الواحد كان يتاح له اختيار أكثر من متغير .

وتكشف بيانات الجدول رقم (٢٣) أن الذكور أكثر تعرضا نسبيا من الإناث للإذاعات الأجنبية ، فلدى الذكور تصل نسبة الاستماع لهذه الإذاعات إلى (٣٩٪)، فى حين لاتتجاوز هذه النسبة لدى الإناث عن (١١٪) ، وعدم الاستماع للإذاعات الأجنبية يصل بين الذكور إلى (٦١٪) ، وترتفع هذه النسبة لدى الإناث لتبلغ أقصى ارتفاعها فتصل إلى (٨٩٪) من إجمالى المبحوثات أفراد العينة الذين يستمعون للإذاعات الأجنبية .

كما تظهر التحليلات الإحصائية ، وجود علاقة دالة بين المهنة ودرجة الاستماع للإذاعات الأجنبية (كا[2] دالة عند مستوى ٠٠٦ر٠) ، حيث تنخفض نسبة الاستماع للإذاعات الأجنبية لدى فئات الفلاحين ، والتجار ، والعمال ، والطلبة ، وترتفع نسبيا لدى فئات الحرفيين والموظفين والمهنيين وهكذا * .

وقد اتجه البحث لتعميق الحوار مع المبحوثين الذين أقروا بالاستماع إلى الإذاعات الأجنبية للتعرف على ماهية الإذاعات الأجنبية التى يقبل عليها المبحوثون أو يتعرضون لها . ويوضح الجدول رقم (٢٤) نتائج الحوار فى هذا المجال .

جدول رقم (٢٤)

اسماء الإذاعات الاجنبية التى يتعرض لها القرويون

اسم الإذاعــة	التكرار**	٪
إذاعة لنــــدن	٩١	٢ر٥٤
صوت أمريكا	١٤	٣ر٨
مونت كارلــو	٤٢	٠ر٢٥
إسرائيــــــل	١٥	٩ر٨
إذاعات عربية	٦	٦ر٣
إجمالـــــى	١٦٨	١٠٠

** يزيد عدد تكرارات هذا الجدول عن عدد المبحوثين الذين أقروا باستماعهم للإذاعات الأجنبية والبالغ عددهم (١٢١) مبحوثا لأن المبحوث الواحد كان يتاح له اختيار أكثر من متغير .

وتظهر بيانات الجدول أن إذاعة "لندن" تأتى فى المرتبة الأولى بين الإذاعات الأجنبية التى يتعرض لها القرويون ، فقد أشار إلى تعرضه لهذه الإذاعات (٩١)

* انظر بيانات الجدول رقم (١٦) ملحق رقم (٣) .

مبحوثا بنسبة (٢ر٥٤٪) ، ويلى ذلك وبفارق كبير إذاعة "مونت كارلو" (٤٢) تكرارا بنسبة (٢٥٪) ثم إذاعة "إسرائيل" (١٥) تكرارا بنسبة (٩ر٨٪) ، "وصوت أمريكا" (١٤) تكرارا بنسبة (٣ر٨٪) ، وأخيرا "الإذاعات العربية" بنسبة لاتتجاوز (٦ر٣٪) من إجمالى تكرارات الاستماع للإذاعات الأجنبية .

وحول أسباب التعرض لهذه الإذاعات ومدى تميزها عن الإذاعة المصرية ، أشار المبحوثون إلى دقة أخبارها وموضوعيتها ، وسرعة تغطيتها للأحداث ، وتقديم الأغانى القديمة ، واحترام عقلية المستمع إلى غيرها من التعبيرات التى تفسر أسباب كثافة التعرض لهذه الإذاعات ، وبالذات فى وقت الأزمات والأحداث المهمة ، فى حين يتدنى وضعها – كما أشرنا من قبل – فى بناء الاتصال فى مجتمع القرية فى الأحوال العادية .

٣ - الصحف

ظل دور الصحف فى إطار انتشار الأمية وصعوبة المواصلات محدودا فى القرية المصرية طوال فترة الخمسينيات مع تحسن طفيف وبطئ خلال حقبتى الستينيات والسبعينيات ، فى إطار تزايد وجود الموظفين وأعداد المتعلمين فى القرى وتحسن طرق ووسائل المواصلات ، وفك عزلة الريف بصفة عامة . وأصبح من المألوف الآن أن نشاهد أكشاك توزيع الصحف فى الكثير من القرى المصرية وبالذات القرى (الأم) ، وهى الأكشاك التى يوجد بها مختلف أنواع الجرائد والمجلات اليومية والأسبوعية . وخلال حقبة الثمانينيات ، وفى إطار الانتعاش المادى الذى عايشته بعض الأسر نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة ، وإعادة توطين الموظفين فى قراهم ، أصبح فى مقدرة العديد من الأسر الريفية الاشتراك فى بعض الجرائد ، أو شراؤها مباشرة من أكشاك توزيع الصحف بالقرى أو خلال تردد القرويين

على المدن المجاورة للعمل أو قضاء المصالح .

وقد بدأ الحوار مع المبحوثين بقرى البحث الأربع حول الصحف بطرح السؤال الآتى : إنت متعود تقرأ الجرائد ؟ وتشير استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل إلى الانخفاض النسبى الملحوظ فى درجة تعود المبحوثين على قراءة الجرائد بقرى البحث ، ويوضح الجدول رقم (٢٥) هذه الحقيقة :

جدول رقم (٢٥)

درجة تعود المبحوثين على قراءة الجرائد

درجة التعود	التكرار	٪
نعـــــــم	١٤١	٧ر٢٧
أحيانـــــا	١٢٠	٧ر٢٣
لا	٥٥	٦ر١٠
لايعرف القراءة	١٩٣	٣٨
إجمـــــالى	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول أن الجانب الأكبر من المبحوثين (١٩٣) مبحوثا بنسبة (٣٨٪) ليس لديهم القدرة على القراءة ، وبالتالى فهم محرومون من التعرض الذاتى لهذه الوسيلة الاتصالية ، كما أن هناك (١٧٥) مبحوثا بنسبة (٣ر٣٤٪) من إجمالى المبحوثين ، إما أنهم لايتعرضون للجرائد البتة (٥٥) مبحوثا بنسبة (٦ر١٠٪) ، أو أنهم يتعرضون لها أحيانا وبالصدفة أو حسب الظروف (١٢٠) مبحوثا بنسبة (٧ر٢٣٪) ، وهى استجابة يميل إليها المبحوثون عادة عوضا عن نفى قراءة الجرائد ، ويميل البحث إلى تصنيفها تصنيفا سلبيا على ضوء ارتفاع أسعار الصحف ، ومشغولية الأفراد ، والاعتماد على وسائل اتصالية أخرى . فى حين لم يتجاوز عدد المبحوثين الذين أقروا بتعرض منتظم ويومى للجرائد عن

(١٤١) مبحوثا بنسبة (٧ر٢٧٪) فقط من إجمالى أفراد العينة .

ومع ذلك ، تختلف درجة تعود المبحوثين على قراءة الجرائد باختلاف الموقع الجغرافى ، والخصائص النوعية والمهنية ، حيث تزيد نسبة التعرض للصحف بقرى وجه بحرى ربما بسبب تحسن مؤشرات التعليم بها بالمقارنة بقرى وجه قبلى . وبالقرى (الأم) بالمقارنة بالقرى (التابعة) ربما لنفس السبب وسهولة المواصلات وارتفاع درجة التحضر وتعدد الأنشطة المهنية بالقرى (الأم) (كا٢ معنوية عند مستوى ٠٠٠٢ر٠) فى هذا المجال* . كما تزيد درجة التعود على قراءة الجرائد بين الذكور بالمقارنة بالإناث ، حيث تصل نسبة التعود بين الذكور إلى (٣٣٪) فى حين أنها لم تتجاوز (١٧٪) بين الإناث ، كذلك فإن أفراد المهن المختلفة ، يختلفون فيما بينهم فى درجة تعودهم على قراءة الجرائد ، حيث ترتفع نسبيا درجة التعود بين فئات : المهنيين ، والطلبة ، والموظفين ، وتصل هذه النسبة إلى (٥٤٪) و (٥٢٪) و (٥١٪) ، وتنخفض نسبيا درجة التعود على قراءة الجرائد بين فئات الحرفيين ، والفلاحين ، والعمال ، والتجار ، حيث لاتتجاوز هذه النسبة (١٠٪) ، (١٩٪) ، (٢٦٪) على الترتيب لكل منهم .

وقد أجاب الجانب الأكبر من المبحوثين الذين أقروا بأنهم لايقرء ون الجرائد والبالغ عددهم (٥٥) مبحوثا ، بأنهم لم يقرءوا الجرائد على الإطلاق رغم توفر مهارة القراءة لديهم (٣٥) مبحوثا بنسبة (٧ر٦٣٪) فى حين أشار (٢٠) مبحوثا بنسبة (٣ر٣٦٪) من إجمالى هؤلاء الأفراد بأنهم كانوا يقرءونها ثم توقفوا عن القراءة فى الوقت الراهن .

* انظر بيانات الجدول رقم (١٧) ملحق رقم (٣) .

وقد جاء هذا التوقف لأسباب عديدة ، يأتى على رأسها عدم وجود وقت ، وعدم القدرة على شراء الجرائد ، وعدم وصول الجرائد بانتظام أو القدرة على الحصول عليها ، والاكتفاء بالتعرض للراديو والتليفزيون .

ومع الانخفاض النسبى العام فى درجة تعود القرويين على قراءة الجرائد ، فإن المبحوثين الذين أقروا بقراءتهم للجرائد ، يتعاملون مع الصحف بعامة باعتبارها مصدرا أساسيا لمعرفة الأحداث والأخبار الجارية فى المجتمع ، والتى ينبغى أن يلم بها الفرد حتى ولو لم تكن صادقة أو دقيقة . ويظهر ذلك بوضوح من نتائج استجاباتهم للسؤال الآتى : لو قعدت فترة زى أسبوعين أو أكثر متقراش جرايد . ياترى يكون إيه إحساسك ؟

جدول رقم (٢٦)

الشعور الناتج عن افتقاد المبحوث لقراءة الجريدة

نوع الشعور	التكرار*	٪
أحس أن شيئا ينقصنى	٨٧	٢٩٫٦٠
أشعر بأننى لا أعرف شيئ	١١١	٣٧٫٧٥
أشعر بعدم القدرة على مناقشة الآخرين	٤	١٫٣٦
ولا حاجة عادى	٦٤	٢١٫٧٧
أخرى	٢٨	٩٫٥٢
إجمالى	٢٩٤	١٠٠

* يزيد عدد متغيرات هذا الجدول عن عدد أفراد العينة ممن يقرءون الجرائد ، لأن المبحوث الواحد كان يتاح له اختيار أكثر من متغير .

وتشير بيانات الجدول رقم (٢٦) إلى أن هناك (١١١) مبحوثا بنسبة (٣٧٫٧٥٪) من إجمالى أفراد العينة ممن يقرءون الجرائد تشعر فى حالة عدم قراءة الجريدة لمدة أسبوعين أو أكثر بالعزلة وعدم الدراية بالأحداث أو مجريات الأمور فى المجتمع ، وأشار (٨٧) مبحوثا بنسبة (٢٩٫٦٠٪) أنهم يشعرون فى

هذه الحالة – أى حالة عدم قراءة الجرائد لمدة طويلة – بنقص أو افتقاد المعرفة ، فالجرائد بالنسبة لهم هى مصدر الحصول على الأخبار والإلمام بمجريات الأمور ، أما الراديو والتليفزيون فهما بمثابة أدوات للترفيه والتسلية أكثر منها أدوات للتزود بالمعارف والمعلومات عن الأحداث والوقائع الجارية .

ومع ذلك ، فإن هناك عددا غير قليل (٦٤) مبحوثا بنسبة (٧٧ر٢١٪) من إجمالى أفراد العينة الذين يقرءون الجرائد ترى فى افتقاد الجرائد مدة طويلة مسألة عادية (ولا حاجة عادى) لا تترك أثرا أو شعورا لديهم ، ويعود ذلك – على مايبدو – إلى انفصال مضمون هذه الجرائد – فى تصور هؤلاء الأفراد – عن هموم ومشكلات حياتهم اليومية ، وعدم جدية الأخبار ورتابتها على صفحات هذه الجرائد . فالاطلاع على الجرائد يستهدف فى المقام الأول المعرفة والإحاطة بمجريات الأحداث ، ومادامت هذه المعرفة لاتقدم جديدا أو مهما ، فإن افتقادها لايعنى شيئا : "هيجرى إيه يعنى لما الواحد ميقراش جرائد . الدنيا حتنهد"؟ على حد تعبير بعض المبحوثين .

وتشير البيانات ، أن الجانب الأكبر من أفراد العينة ممن يقرءون الجرائد (١٧٣) مبحوثا بنسبة (٣ر٦٦٪) لهم جريدتهم المفضلة الذين يطلبونها ويحرصون على قراءتها . فى حين أوضح (٨٨) مبحوثا بنسبة (٧ر٣٣٪) أنهم ليس لديهم جريدة مفضلة ، وأنهم يقرءون أى جريدة متاحة .

وتظهر التحليلات الإحصائية ، وجود علاقة بين النوع وميل المبحوث لقراءة جريدة معينة أو أى جريدة (كا^2 دالة عند مستوى ٠٤ر٠) ، حيث يتزايد الإقبال على قراءة جريدة معينة بين الذكور بالمقارنة بالإناث ، فتصل نسبة قراءة جريدة معينة بين الذكور إلى (٠٧ر٦٩٪) فى مقابل (٠٧ر٥٧٪) بين الإناث . وفى المقابل ترتفع نسبة قراءة الإناث لأى جريدة لتصل إلى (٤٣ر٤٢) ، فى مقابل (٩٣ر٣٠)

فقط بين الذكور، الأمر الذى يشير إلى درجة ارتباط أكبر للذكور بالجرائد بالمقارنة بالإناث .

وتتجه الغالبية من أفراد العينة إلى الحصول على الجرائد عن طريق الشراء . فقد ذكر (٢١٤) مبحوثا بنسبة (٨٢ر٤٪) أنهم يشترون الجرائد ، فى حين أوضح (٣٥) مبحوثا بنسبة (١٣ر٥) فقط من إجمالى أفراد العينة ممن يقرءون الجرائد ، أنهم يقرءونها من خلال استعارتها من الآخرين . واختفت تماما نسبة الحصول على الجرائد عن طريق الاشتراك بين أفراد العينة . وتظهر البيانات وجود علاقة بين المهنة وطريقة الحصول على الجريدة . ويوضح الجدول رقم (٢٧) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٢٧)

العلاقة بين المهنة وطريقة الحصول على الجريدة

المهنة	فلاح		حرفى		تاجر		موظف		مهنى		عامل		طالب		إجمالى	
الحصول على الجريدة	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
باشتريها	٩٠	٨٢	٧	٥٨	٨	٨٠	٣٧	٨٨	١٥	٨٨	٢٧	٧٣	٣٠	٩٤	٢١٤	٨٢ر٣
باستلفها	١٥	١٤	٣	٢٥	٢	٢٠	٥	١٢	٢	١٢	٨	٢٢	–	–	٣٥	١٣ر٦
عامل اشتراك	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
أخرى	٥	٤	٢	١٧	–	–	–	–	–	–	٢	٥	٢	٦	١١	٤ر١
إجمالى	١١	١٠٠	١٢	١٠٠	١٠	١٠٠	٤٢	١٠٠	١٧	١٠٠	٣٧	١٠٠	٣٢	١٠٠	٢٦٠	١٠٠

وتفصح بيانات الجدول ، عن تزايد الاتجاه لشراء الجريدة بين فئات الطلبة ، والمهنيين أو الموظفين والفلاحين والتجار ، حيث تصل نسبة الاتجاه لشراء الجريدة بينهم إلى (٩٤٪) و (٨٨٪) و (٨٨٪) و (٨٢٪) و (٨٠٪) على الترتيب لكل منهم ، فى حين تنخفض هذه النسبة بين فئات الحرفيين والعمال لتصل إلى

(٥٨٪) و (٧٣٪) على الترتيب ، وحيث يميل أفراد هذه الفئات لاستعارة الجرائد من الآخرين .

وقد اتجه البحث لقياس درجة تعرض المبحوثين لجرائد المعارضة ، وطرحنا عليهم بداية السؤال الآتى : ياترى بتقرأ جرائد من اللى بتطلعها الأحزاب ؟

وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا عن التساؤل ، أن الجانب الأكبر من المبحوثين لايتعرض لهذه الجرائد . ويوضح الجدول رقم (٢٨) هذه الحقيقة :

جدول رقم (٢٨)

درجة تعرض القرويين للجرائد الحزبية

درجة التعرض	التكرار	٪
يتعرض لها	٩٢	٣٥ر٤
لا يتعرض لها	١٦٨	٦٤ر٦
إجمالى	٢٦٠	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٢٨) أن هناك (١٦٨) مبحوثا بنسبة (٦٤ر٦٪) من إجمالى المبحوثين الذين يقرءون الجرائد والبالغ عددهم (٢٦٠) مبحوثا ، لايتعرضون على الإطلاق للجرائد الحزبية أو المعارضة . وإن كان بعض مضمون هذه الجرائد يصل إليهم بصورة أو أخرى عبر الاتصالات الشخصية فى بعض الأحيان ، فى حين أشار (٩٢) مبحوثا بنسبة (٣٥ر٣٪) فقط من إجمالى هؤلاء الأفراد إلى أنهم يتعرضون لها .

وقد تلاحظ وجود علاقة ارتباطية دالة بين النوع ، ودرجة التعرض للجرائد الحزبية . ويوضح الجدول رقم (٢٩) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٢٩)

العلاقة بين النوع ودرجة التعرض للجرائد الحزبية

النوع / التعرض	ذكــور		إنـــاث		إجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
يتعــرض	٧٧	٣٩،٩٠	١٥	٢٢،٣٩	٩٢	٣٥،٤
لايتعرض	١١٦	٦٠،١٠	٥٢	٧٧،٦١	١٦٨	٦٤،٦
إجمالــى	١٩٣	١٠٠	٦٧	١٠٠	٢٦٠	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول ، الارتفاع النسبى الملحوظ فى درجة تعرض الذكور للجرائد الحزبية بالمقارنة بالإناث ، ربما بسبب عزوف المرأة الريفية عن المشاركة فى الحياة السياسية ، وارتفاع نسبة الأمية بين القرويات ، فقد وصلت نسبة تعرض الذكور للجرائد الحزبية إلى (٩ر٣٩٪) فى مقابل (٣٩ر٢٢٪) لدى الإناث كما ترتفع نسبة عدم تعرض الإناث للجرائد الحزبية لتصل إلى (٦١ر٧٧٪) ، فى مقابل (١٠ر٦٠٪) لدى الذكور وهكذا .

وأيا كانت درجة التعرض للجرائد الحزبية ، فقد كان من المفيد تعميق الحوار مع المبحوثين للتعرف على أسباب تعرضهم أو عدم تعرضهم لهذه الجرائد. ويوضح الجدول رقم (٢٩) نتائج الحوار مع المبحوثين الذين أقروا بتعرضهم للجرائد الحزبية والبالغ عددهم (٩٢) مبحوثا حول أسباب هذا التعرض .

جدول رقم (٣٠)

أسباب قراءة المبحوثين للجرائد الحزبية

أسباب القـــــراءة	التكرار*	٪
بتقــــول رأى المعارضـــــــة	٣٢	٢٧٫٣
بتفضــــــح الفســــــــاد	٥	٤٫٣
أخبارهـــــا صحيحـــــة	٢٤	٢٠٫٥
بتجيب حاجات أنا راضـــى عنهـــا	٧	٦٫٠
بتعبر عـــن مشــاكل النــــاس	٥	٤٫٣
بتجيب حاجات مش فى الجرائد الثانية	٢١	١٨٫٠
أخــــرى	١٣	١٩٫٦
إجمــــالى	١١٧	١٠٠

* يزيد عدد مفردات هذا الجدول عن عدد العينة الأصلية (٩٢) مبحوثا ؛ لأن المبحوث الواحد كان يتاح له اختيار أكثر من سبب .

وتشير بيانات الجدول رقم (٣٠) إلى أن العامل الرئيسى وراء إقبال المبحوثين على قراءة الجرائد الحزبية يكمن فى تعبيرها عن وجهة النظر الأخرى المعبرة عن رأى المعارضة إزاء سياسات الحكومة . فقد أشار إلى هذا العامل (٣٢) مبحوثا بنسبة (٢٧٫٣٪) من إجمالى الأفراد الذين يقرءون الجرائد الحزبية، ويلى ذلك الاعتقاد فى صحة أخبارها (٢٤) مبحوثا بنسبة (٢٠٫٥٪) ، وفى مرتبة ثالثة ، يأتى اختلاف مضمون هذه الجرائد عن الجرائد الأخرى وبالذات القومية ، حيث كثيرا ماتركز على السلبيات وتكشف الفساد وخطأ مايطبق من سياسات أو يتخذ من إجراءات ، وذلك على خلاف الجرائد القومية التى يغلب عليها طابع تأييد سياسات الحكومة . وقد أشار إلى هذا العامل (٢١) مبحوثا بنسبة (١٨٪) ، ثم الرضا عن مضمون هذه الجرائد بنسبة (٦٪) وجهادها فى فضح الفساد ،

والتعبير عن مشاكل الناس بنسبة (٣ر٤٪) . ومالت نسبة غير قليلة (٣٠ر١٩٪) لترديد استجابات أخرى من قبيل "بحب أطلع على وجهتى النظر ، لما يكون فيه حدث مهم باشتريها ، بلقيها قدامى ومافيش جرائد ثانية" إلى غيرها من الاستجابات التى تفصح عن دوافع متباينة وراء تعرض هؤلاء المبحوثين للجرائد الحزبية .

وفى المقابل ، قدم المبحوثون – الذين نفوا تعرضهم للجرائد الحزبية والبالغ عددهم (١٩٨) مبحوثا – العديد من الأسباب الكامنة وراء عدم تعرضهم لهذه الجرائد . فالغالبية منهم (٣٦) مبحوثا بنسبة (١ر١٩٪) لاتتمكن من شرائها أو الحصول عليها رغم توافر الرغبة فى قراءتها ، ويلى ذلك ، عامل المشغولية وضيق الوقت (٢٩) مبحوثا بنسبة (٤ر١٥٪) ، ثم بسبب ميلها العام للمبالغة وعدم الدقة (٢٥) مبحوثا بنسبة (٣ر١٣٪) ، وعدم تقديمها جديدا ، وأخبارها غير مهمة بنسبة (٥ر٨٪) و (٧٪) لكل منهما ، كما لايوجد مايميزها عن الجرائد الأخرى بنسبة (٩ر٥٪) ، وأخيرا فهى غالية بنسبة (٣ر٥٪) من إجمالى مبررات عدم قراءة الجرائد الحزبية .

وقد مال عدد غير قليل (٤٨) مبحوثا بنسبة (٥ر٢٥٪) من إجمالى هؤلاء الأفراد إلى ترديد استجابات أخرى من المفيد أن نعرض لها حرفيا وكما وردت على لسانهم :"مابحبهاش ، ماليش هواية للسياسة، أجيب فلوس منـين أشتريها، مش عاوز أدخل نفسى فى مشاكل أنا فى غنى عنها ، ماليش فيها ، جوزى مش دايما بيجبها ، مش متعود عليها ، لأنها متضاربة مع الجرائد الأخرى ، بأحب الأخبار ، والأهرام ، بأحس بأنها سياسة مش أفهم فيها" ، إلى غيرها من التعبيرات التى تشير إلى سيادة تصور يربط بين قراءة الجرائد الحزبية والعمل السياسى الذى يعنى جر مشاكل على الفرد فى تصور هؤلاء الأفراد .

وقد كان من المفيد التعرف على طبيعة الموضوعات التى يقبل عليها المبحوثون فى الجرائد التى يتعرضون لها ، وطرحنا عليهم السؤال المفتوح الآتى :

ياترى إيه الموضوعات اللى بتحب تقرأها وتتابعها دائما فى الجرنال اللى بتقراه ؟ .

وتكشف نتائج استجابات المبحوثين على هذا التساؤل ، عن انحسار دائرة الاهتمام بالموضوعات المثارة بصفة عامة ، فهى لاتتجاوز ثلاثة إلى أربعة موضوعات لدى القارئ الواحد على أكثر تقدير ، بل وكثيرا ماكان المبحوث يمكث فترة طويلة نسبيا لتذكر أى الموضوعات التى يقبل عليها عند قراءة الجريدة . وبصورة عامة تظهر الاستجابات الميل العام للاستخدام الترفيهى وليس التثقيفى للجرائد بقرى البحث الأربع ، حيث تحتل قراءة الحوادث المرتبة الأولى فى تفضيلات قراءة المبحوثين لموضوعات الجريدة (١٢٢) تكرارا ، ثم الأخبار (١٠٨) تكرارا ، وبرامج الإذاعة والتليفزيون (٥١) تكرارا ، فموضوعات الرياضة (٤٨) تكرارا ، ثم صفحة الاجتماعيات (٣٩) تكرارا ، والعناوين الرئيسية للموضوعات دون الدخول فى التفاصيل (٢٨) تكرارا ، والموضوعات الدينية (١٧) تكرارا ، والموضوعات الثقافية ، وفكرة "لمصطفى أمين" ، والوفيات ، بمعدل (١٠) تكرارات لكل منها ، ومواقف لأنيس منصور ، والحظ والنجوم (٧) تكرارات لكل منهما ، وأريد عريسا، ونص كلمة (أربعة) تكرارات . وهى كلها بيانات تشير إلى التراجع الملحوظ فى نظرة القرويين للجرائد باعتبارها وسيلة للتثقيف ، وسيادة النظرة لها باعتبارها وسيلة لتمضية وقت الفراغ ، واختفاء القراءة المتفحصة لكل ماينشر فى الجريدة ، بحيث أن الأعمدة الصحفية ، والافتتاحيات الصحفية ، ومقالات الكتاب ، والتحليلات السياسية والاقتصادية ، والتحقيقات والأحاديث الصحفية المختلفة لاتحظى بقراءة متعمقة من جانب غالبية القرويين ، وعادة مايكتفون بالمرور السريع على عناوينها دون تجاوب يذكر معها ، أو استفادة حقيقية منها .

وقد اتجه البحث للتعرف على مركز المجلات الصحفية بقرى البحث الأربع ، وطرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : ياترى إنت بتقرا مجلات ؟ وقد مال الجانب الأكبر من المبحوثين فى استجاباتهم على هذا التساؤل إلى النفى ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٣١)

قراءة القرويين للمجلات الصحفية

القـــراءة	التكرار	٪
نعـــــم	٩٩	٣٨
لا	١٦١	٦٢
إجمالى	٢٦٠	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٣١) إلى أن هناك (١٦١) مبحوثا بنسبة (٦٢٪) من إجمالى المبحوثين الذين أقروا بتعرضهم للصحف ، لايقرءون المجلات الصحفية على الإطلاق ، ولو على سبيل الصدفة أو أحيانا ، فى حين لم يتجاوز عدد من أقر بقراءته للمجلات ، سواء بانتظام ، أو بالمصادفة عن (٩٩) مبحوثا بنسبة (٣٨٪) فقط من إجمالى هؤلاء المبحوثين . ولاتشير البيانات إلى وجود علاقة بين الموقع الجغرافى ومعدلات التعرض للمجلات الصحفية ، وإن كان ثمة علاقة دالة قوية بين الخصائص النوعية والمهنية ودرجة التعرض للمجلات الصحفية ، حيث ترتفع نسبيا معدلات تعرض الإناث للمجلات الصحفية بالمقارنة بالذكور ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٣٢)

العلاقة بين النوع وقراءة المجلات الصحفية

النوع / القراءة	ذكــور ك	ذكــور ٪	إنـــاث ك	إنـــاث ٪	إجمالى ك	إجمالى ٪
نعم	٥٨	٣٠	٤١	٦٣	٩٩	٣٨ر٧
لا	١٣٥	٧٠	٢٦	٣٧	١٦١	٦١ر٣
إجمالى	١٩٣	١٠٠	٦٧	١٠٠	٢٦٠	١٠٠

وتفصح بيانات الجدول عن أن نسبة تعرض الإناث للمجلات الصحفية تصل إلى (٦٣٪) ، فى حين أن هذه النسبة لاتتجاوز بين الذكور (٣٠٪) . كما تنخفض نسبة عدم التعرض للمجلات الصحفية بين الإناث لتصل إلى (٣٧٪) ، وترتفع هذه النسبة إلى (٧٠٪) بين الذكور ، الأمر الذى يشير إلى شدة إقبال القرويات المتعلمات على قراءة المجلات بالمقارنة بالرجال .

كما تظهر البيانات ، وجود علاقة دالة بين المهنة ، وقراءة المجلات الصحفية (كا^2 دالة عند مستوى ٠٠١ر٠) حيث ترتفع نسبة قراءة المجلات الصحفية بين فئات الطلبة والتجار والمهنيين لتصل إلى (٥ر٦٢٪) و (٥٠٪) و (١٨ر٤١٪) على الترتيب لكل منهم ، وتنخفض هذه النسبة بين فئات الحرفيين ، والعمال ، والموظفين ، والفلاحين لتصل إلى (٩٢ر١٨٪) و (١٨ر١٨٪) و (٣٣ر٣٣٪) و (٦٤ر٣٩٪) على الترتيب لكل منهم * .

وقد كشف تعميق الحوار مع المبحوثين الذين أقروا بقراءتهم للمجلات والبالغ عددهم (٩٩) مبحوثا حول أسماء المجلات المفضلة لديهم ، عن قدرة

* انظر بيانات الجدول رقم (١٨) ملحق رقم (٣) .

محدودة لدى غالبيتهم على ترديد أسماء ثلاث مجلات أو أربع على أكثر تقدير .
وكان الأمر يستغرق بعض الوقت لدى العديد منهم لتذكر أسماء هذه المجلات ، وعلى سبيل الحصر الشامل وبالترتيب وردت أسماء مجلات : أخبار الرياضة (٢٤) تكرارا ، وأخبار الحوادث (٢٠) تكرارا ، وآخر ساعة (١٢) تكرارا ، ومجلة الإذاعة والتليفزيون (١١) تكرارا ، ومجلة أكتوبر (١٠) تكرارات ، وأخبار النجوم (٩) تكرارات ، وحواء (٨) تكرارات ، ثم صباح الخير ، والنور ، والتصوف الإسلامى (٤) تكرارات لكل منهم ، وحريتى (٣) تكرارات ، ونصف الدنيا والكواكب ، والشباب بمعدل (تكرارين) فقط لكل منها .

كما كشف تعميق الحوار مع المبحوثين الذين نفوا قراءتهم للمجلات الصحفية والبالغ عددهم (١٦١) مبحوثا عن العديد من الأسباب الكامنة وراء عزوفهم عن قراءة هذه المجلات ، ويوضح الجدول رقم (٣٣) طبيعة هذه الأسباب .

جدول رقم (٣٣)

أسباب عزوف القرويين عن قراءة المجلات الصحفية

السبب	التكرار*	٪
ثمنها غالى	٥٠	٢٦٫٢٠
لايجد وقتا	٦٣	٣٣٫٠
غير مهمة	٣١	١٦٫٢
مفيش فرق بينها وبين الجرائد	١٤	٧٫٣
أخرى	٣٣	١٧٫٣
إجمالى	١٩١	١٠٠

* يزيد عدد متغيرات هذا الجدول عن عدد المبحوثين ، لأن المبحوث الواحد كان يتاح له ترديد أكثر من سبب .

وتظهر بيانات الجدول رقم (٣٣) أن المشغولية وعدم وجود وقت تأتى على رأس العوامل الكامنة وراء عزوف القرويين عن قراءة المجلات الصحفية . فقد ورد هذا العامل فى استجابات (٦٣) مبحوثا بنسبة (٣٣٪) ، ويلى ذلك ارتفاع ثمن هذه المجلات بطريقة كبيرة فى الآونة الأخيرة ، بحيث يعجز الأفراد عن شرائها (٥٠) مبحوثا بنسبة (٢ر٢٦٪) ، ثم أنها غير مهمة ولاتقدم جديدا بخلاف مايرد فى الجرائد بنسبة (٥ر٢١٪) من إجمالى المبحوثين الذين أقروا بقراءتهم للمجلات .

وبالمثل ، اتجه البحث للتعرف على مركز الصحف الإقليمية فى بناء الاتصال فى قرى البحث الأربع ، وقد بدأ الحوار مع المبحوثين فى هذا المجال بطرح السؤال الآتى : طيب ياترى فيه جرنال بيطلع فى المحافظة اللى انتوا تابعين لها ؟ وعلى عكس الأمر مع الإذاعات المحلية ، فقد مال الجانب الأكبر من المبحوثين (١٥٤) مبحوثا بنسبة (٢ر٥٩٪) للإجابة بالإيجاب على هذا التساؤل ، حيث أكدوا وجود جريدة محلية تصدر بمحافظتهم . فى حين لم يتجاوز عدد من نفى وجود هذه الجريدة ، وهى نسبة غير قليلة أيضا ، عن (١٠٦) مبحوثا بنسبة (٨ر٤٠٪) من إجمالى الأفراد الذين يتعرضون للصحف والبالغ عددهم (٢٦٠) مبحوثا .

وتشير البيانات إلى علاقة دالة بين المهنة والإقرار بوجود جريدة محلية تصدر بالمحافظة (كا^{2} عند مستوى ٠٠٠٥ر٠) ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٣٤)

العلاقة بين المهنة والإقرار بوجود جريدة محلية للمحافظة

المهنة / الإقرار	فلاح		حرفى		تاجر		موظف		مهنى		عامل		طالب		إجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نعم	٥٨	٥٢ر٢٥	٨	٦٦ر٦٧	٧	٧٠	٣٥	٨٣ر٣٣	١٤	٧٣ر٦٨	٢٤	٦٨ر٥٧	٨	٢٥ر٨١	١٥٤	٥٩ر٢
لا	٥٣	٤٧ر٧٥	٤	٣٣ر٣٣	٣	٣٠	٧	١٦ر٦٧	٥	٢٦ر٣٢	١١	٣١ر٤٣	٢٣	٧٤ر١٩	١٠٦	٤٠ر٨
المجموع	١١١	١٠٠	١٢	١٠٠	١٠	١٠٠	٤٢	١٠٠	١٩	١٠٠	٣٥	١٠٠	٣١	١٠٠	٢٦٠	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٣٤) ارتفاع نسبة الإقرار بوجود جريدة محلية بالمحافظة بين فئات الموظفين والمهنيين ، حيث تصل هذه النسبة إلى (٣٣ر٧٣٪) و (٦٨ر٧٣٪) على الترتيب ، وتنخفض بين فئات الطلبة لتصل إلى (٨١ر٢٥٪) والفلاحين (٢٥ر٥٢٪) والحرفيين (٦٧ر٦٦٪) والعمال إلى (٥٧ر٦٨٪) .

كما تظهر البيانات أن الذكور أكثر معرفة من الإناث بوجود جريدة محلية تصدر بالمحافظة ، حيث تصل نسبة المعرفة بين الذكور إلى (٦٥٪) ، فى مقابل (٣٧٪) فقط لدى الإناث ، فى الوقت الذى ترتفع فيه عدم معرفة الإناث بوجود جريدة محلية إلى (٦٣٪) تنخفض هذه النسبة بين الذكور لتصل إلى (٣٥٪) فقط من إجمالى عدد الذكور أفراد العينة ممن يقرءون الصحف . وهو مايشير إلى تميز الذكور فى التعرض لهذه الجرائد بالمقارنة بالإناث القرويات .

وبصرف النظر عن درجة المعرفة بوجود جريدة محلية تصدر بالمحافظة ، فقد كان من المفيد تعميق الحوار مع جماعة المبحوثين الذين أقروا بمعرفتهم بوجود هذه الجريدة ، للتعرف على درجة تعرضهم لها أو تفاعلهم معها . وطرحنا عليهم السؤال الآتى : وانت بتقرا الجرنال ده ؟ ويفصح الجدول رقم (٣٥) عن نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل :

جدول رقم (٣٥)

درجة قراءة القرويين للجرائد المحلية

درجة القراءة	التكرار	٪
نعم	٣٢	٨ر٢٠
أحيانا	٣٩	٣ر٢٥
لا	٨٣	٩ر٥٣
إجمالى	١٥٤	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٣٥) إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين الذين أقروا بمعرفتهم بوجود جريدة محلية تصدر بالمحافظة (٨٣) مبحوثا بنسبة (٩ر٥٣٪) لايتعرض لهذه الجريدة ، ولايقرأ مضمونها على الإطلاق ، وأوضح (٣٩) مبحوثا بنسبة (٣ر٢٥٪) أنه أحيانا مايقرأ هذه الجريدة ، وأن الأمر يتوقف لديهم على الظروف ، ومدى توفر الجريدة ، أو إتاحة الفرصة للحصول عليها ، وهو نادرا مايحدث . ولم تتجاوز نسبة الذين أقروا بتعرضهم المنتظم لهذه الجريدة عن (٣٢) مبحوثا بنسبة (٨ر٢٠٪) من إجمالى أفراد العينة ممن لديهم معرفة بوجود جريدة محلية . الأمر الذى يشير إلى تدنى مركز هذه النوعية من الجرائد فى بناء الاتصال فى مجتمع القرية . هذا ولم تظهر التحليلات الإحصائية وجود أية علاقة يعتد بها بين الخصائص النوعية أو المهنية أو الجغرافية وبين قراءة الجرائد المحلية .

وحول أسباب العزوف عن قراءة الجرائد المحلية ، قدم المبحوثون العديد من المبررات ، ويوضح الجدول التالى طبيعة هذه الأسباب :

جدول رقم (٣٦)

أسباب عزوف القرويين عن قراءة الجرائد المحلية

السبب	التكرار*	٪
لاتصل إلينا	٤٤	٣١ر٤٧
أفضل الجرائد الأخرى	٢٦	٩٦ر٢٧
لايوجد وقت	١٥	١٣ر١٦
جرائد دون المستوى	٦	٤٥ر٦
أنا بعرف بنفسي كل مايجرى في المحافظة	٢	١٥ر٢
إجمالي	٩٣	١٠٠

* يزيد عدد مفردات هذا الجدول عن عدد المبحوثين ، لأن المبحوث الواحد كان يتاح له ذكر أكثر من سبب .

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (٣٦) فإن الجانب الأكبر من أسباب عدم قراءة القرويين للجرائد المحلية التي تصدر بالمحافظة ، يعود في المقام الأول إلى ضعف عمليات توزيع هذه الجرائد ، وعدم قدرتها على الوصول إلى القرى . فقد ورد هذا العامل في استجابات (٤٤) مبحوثا بنسبة (٣١ر٤٧٪) ، ويلي ذلك تفضيل القراء الاطلاع على الجرائد الأخرى ، ربما بسبب عموميتها ، وعدم تميز الجريدة المحلية أو تقديمها للجديد أو المهم . وفي المرتبة التالية ، تأتي المشغولية وضيق الوقت (١٥) مبحوثا بنسبة (١٣ر١٦٪) ، وضعف مستوى هذه الجرائد تحريرا وإخراجا بنسبة (٤٥ر٦٪) ، وأخيرا قدرة المبحوث على المعرفة الذاتية بمجريات الأحداث بالمحافظة ، وبالتالي لا حاجة له بأن تنقل له هذه الأحداث بنسبة (١٥ر٢٪) فقط من إجمالي المبحوثين الذين لديهم معرفة بوجود جريدة محلية تصدر بالمحافظة .

وأيا كان الأمر ، وبصرف النظر عن المعرفة بوجود الجريدة المحلية أو مدى قراءتها ، فقد كان من المفيد تعميق الحوار مع المبحوثين أفراد العينة الذين أقروا

بقراءتهم بانتظام أو أحيانا للجريدة المحلية التى تصدر بالمحافظة والبالغ عددهم (٧١) مبحوثا ، بغية التعرف على تفاعلاتهم مع هذه الجريدة ، ورأيهم فيها وفيما تحمله من مضامين ، وتصوراتهم لكيفية تطوير أداء هذه الجريدة لدعم بناء الاتصال فى مجتمع القرية .

وتظهر نتائج الحوار فى هذا الجانب أن الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٨٩٪) بداية لم يسبق لها أن فكرت فى أن تبعث للجريدة المحلية بجواب أو شكوى أو تعبر عن رأيها فى موضوع طرحته ، مما يشير - كما هو الحال مع الجرائد المركزية - إلى محدودية درجة التفاعل مع هذه الجريدة من جانب جمهور القرويين . فى حين لم تتجاوز نسبة من أقر بقيامه بمثل هذه الأمور عن (١١٪) من إجمالى المبحوثين ممن يقرءون الجريدة المحلية والبالغ عددهم (٧١) مبحوثا .

كذلك فقد أظهرت استجابات المبحوثين اللفظية ردا على تساؤلنا : وإيه رايك فى الجرنال ده ؟ عن تناقض واضح فى رؤى ومواقف المبحوثين تجاه الجريدة المحلية التى تصدر بالمحافظة . ففى حين مال البعض ، وبالذات فى قرى محافظة المنيا ، إلى إظهار مواقف إيجابية تجاه الجريدة المحلية وردت استجابة : "كويسة" ، اتجه البعض الآخر ، وبالذات فى قرى محافظة المنوفية ، إلى إظهار مواقف سلبية وترديد عبارة "مش كويسة" . واتجهت نسبة غير قليلة (٢٨٪) بقرى محافظة المنيا، و (٢٪) بقرى محافظة المنوفية إلى السلبية فى الحوار فى هذا الجانب ، ومالت لترديد عبارة " مش عارف" ، وهى كلها بيانات تسير فى اتجاه دعم حقيقة تدنى مركز الجرائد المحلية فى قرى البحث الأربع على النحو الذى أشرنا إليه من قبل .

وقد قدم المبحوثون مجموعة من التصورات لتطوير أداء الجرائد المحلية ، ردا على تساؤلنا : ومفروض يعمل إيه علشان يبقى أحسن من كده ؟ ، ويكشف الجدول

التالى عن طبيعة هذه التصورات .

جدول رقم (٣٧)

تصورات القرويين لتطوير اداء الجريدة المحلية

التصور	التكرار*	٪
الأمانة والصـــــدق	٢٦	١٧ر٦٩
النزول للقرية والاهتمام بمشاكل الناس	٤١	٢٧ر٨٩
بالانتشار أكثر من كده	٤١	٢٧ر٨٩
هوه كويس كـــــده	١٠	٦ر٨٠
مـــش عـــــارف	٢٩	١٩ر٧٣
إجمـــــــالى	١٤٧	١٠٠

* يزيد عدد مفردات هذا الجدول عن عدد المبحوثين ممن يقرءون الجريدة المحلية ، لأن المبحوث كان يقدم أكثر من تصور أحيانا .

فبداية ، ينبغى لمحررى هذه الجريدة النزول للقرية والاهتمام بمشاكل الناس فيها ، والسعى لترويج الجريدة فى مجتمع القرية والاهتمام بعمليات البيع والتوزيع ، فقد وردت هذه الاستجابات لدى (٨٢) مبحوثا بنسبة (٥٥ر٧٨٪) ، ويلى ذلك ضرورة الالتزام بالأمانة والصدق فى تغطية الأحداث ومعالجة الموضوعات (٢٦) مبحوثا بنسبة (١٧ر٦٩٪) ، وأشارت بقية الاستجابات إلى عدم قدرة المبحوث على إبداء تصور معين وتفضيل ترديد الاستجابة "مش عارف" ، أو "هو كويس كده" ، مما يعكس محدودية ارتباطهم بالجريدة المحلية .

وقد أجابت الغالبية العظمى من الأفراد (٢١٢) مبحوثا بنسبة (٨٣ر٧٪) بالإيجاب ردا على تساؤلنا : تفتكر انه مهم أن محافظتكم تطلع جرنال خاص بها ؟ ويبرروا ذلك بالحاجة إلى معرفة أخبار المحافظة ، والاهتمام بمشاكل الناس وتوصيلها للمسئولين . فى حين لم يتجاوز عدد من نفى أهمية وجود جريدة محلية عن (٣١)

مبحوثا بنسبة (١٢ر٣٪) وعللوا ذلك بوجود التليفزيون ، أو الصحف الأخرى : "التليفزيون بيجيب كل حاجة يابيه ، كفاية الصحف الثانية ، ماهو فيه جرنال موجود بيعمل إيه يعنى" إلى غيرها من الاستجابات التلقائية التى تشير إلى عدم اقتناع أصحابها بأهمية وجود جريدة محلية قياسا بالطبع على خبرتهم بأداء الجرائد الموجودة حاليا. ومال (١٠) أفراد بنسبة (٤٪) إلى السلبية وتفضيل ترديد الاستجابة "مش عارف" .

٤ - شرائط التسجيل

بدأ ظهور أجهزة التسجيل فى القرية المصرية بصورة ملحوظة منذ النصف الثانى من حقبة السبعينيات ، مع تنامى نطاق ظاهرة الهجرة المؤقتة للقرويين للعمل بالدول العربية المجاورة وبالذات ليبيا ، والعراق ، والأردن وغيرها ، حيث كان يحرص البعض ، وبالذات فئة الفلاحين ، والحرفيين ، على شراء جهاز تسجيل عند عودة كل منهم من الخارج ، وقد تزايد انتشار هذه الأجهزة ورواجها بعد ذلك فى القرية المصرية بعد اتساع نطاق ظاهرة الهجرة والانفتاح والرواج المادى بالقرية ، حتى أصبحت اليوم أحد معالم مكونات بناء الاتصال المهمة فى القرية المصرية .

وقد اتجه البحث للتعرف على درجة تعود المبحوثين على سماع شرائط التسجيل ، وطرحنا عليهم السؤال الآتى : طيب انت متعود تسمع شرائط التسجيل ؟ وتشير نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل أن الجانب الأكبر من المبحوثين يستمعون إلى شرائط التسجيل. ويوضح الجدول رقم (٣٨) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٣٨)

درجة تعود القرويين على سماع شرائط التسجيل

درجة التعود	التكرار	٪
دائمــا	٢١٩	٤٣٫٠
أحيانــا	١٨٧	٣٦٫٧
لا أسمعها	١٠٢	٢٠٫٠
أخــرى	١	٫٣
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وواضح من بيانات الجدول رقم (٣٨) أن هناك (٢١٩) مبحوثا بنسبة (٤٣٪) يحرصون دائما وبانتظام على الاستماع إلى شرائط التسجيل ، وأشار (١٨٧) مبحوثا بنسبة (٣٦٫٧٪) إلى أنهم يستمعون إلى شرائط التسجيل أحيانا ، وحسب الظروف ، ومدى توفر هذه الشرائط أو جهاز التسجيل ذاته أو وقت الفراغ للفرد . فى حين لم تتجاوز نسبة من نفى عدم الاستماع إلى هذه الشرائط فى الوقت الراهن عن (٢٠٪) من إجمالى أفراد العينة . ولاتظهر التحليلات الإحصائية وجود أيه علاقة تذكر بين الخصائص النوعية أو المهنية أو الجغرافية وبين درجة التعود على الاستماع إلى شرائط التسجيل .

ويظهر الحوار المتعمق مع المبحوثين الذين نفوا استماعهم لشرائط التسجيل ، والبالغ عددهم (١٠٢) مبحوث ، أن الجانب الأكبر منهم لم يسمع على الإطلاق هذه الشرائط (٦٧) مبحوثا بنسبة (٦٥٫٣٪) . فى حين ذكر (٣٥) مبحوثا بنسبة (٣٤٫٧٪) أنهم كانوا يستمعون لها من قبل وتوقفوا عن ذلك فى الوقت الراهن . ويعود هذا التوقف إلى عدة أسباب ، يأتى فى مقدمتها عدم وجود وقت (١٣) مبحوثا بنسبة (٣٧٫١٪) ولم يعد يملك جهاز تسجيل (١٠) مبحوثين بنسبة (٢٨٫٦٪) ، ويفضل مشاهدة التليفزيون بنسبة (٨٫٦٪) ، وقدم (تسعة) من

المبحوثين مجموعة من التبريرات الأخرى من قبيل القول : "المسجل عطلان ، الشرائط الموجودة هابطة ، غلو أسعار الشرائط ، لايوجد شرائط دينية متوفرة" إلى غيرها من العوامل التى دفعت هؤلاء الأفراد للتوقف عن سماع شرائط التسجيل .

وبالمثل ، قدم المبحوثون الذين نفوا تعرضهم لشرائط التسجيل على الإطلاق العديد من التبريرات فى هذا المجال ، ويوضح الجدول رقم (٣٩) نوعية هذه التبريرات .

جدول رقم (٣٩)

اسباب عزوف المبحوثين عن الاستماع لشرائط التسجيل

السبب	التكرار	٪
ليس عنده وقت	٢٢	٨٤ر٣٢
ليس لديه جهاز تسجيل	٢٣	٣٣ر٣٤
غير متعود عليها	١٣	٤٠ر١٩
أخرى	٩	٢٣ر١٣
إجمالى	٦٧	١٠٠

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (٣٩) ، فإن الجانب الأكبر من هؤلاء الأفراد (٢٣) مبحوثا بنسبة (٣٤ر٣٤٪) لايملك جهاز تسجيل ، مما يحول دون سماع شرائط التسجيل ، ويلى ذلك ، المشغولية وعدم وجود وقت فراغ (٢٢) مبحوثا بنسبة (٤ر٣٢٪) ، وعدم التعود على سماع شرائط التسجيل ربما بسبب عدم توافر الإمكانيات (١٣) مبحوثا بنسبة (٤٠ر١٩٪) ومال (تسعة) من المبحوثين بنسبة (٤٣ر١٣٪) من إجمالى المبحوثين الذين لم يتعرضوا على الإطلاق لسماع شرائط التسجيل ، لترديد استجابات أخرى ، دارت فى الأساس حول غلو شرائط التسجيل ، وعدم القدرة على شرائها أو شراء جهاز التسجيل ذاته ، أو

تفضيل التعرض للراديو أو التليفزيون .

وقد اتجه البحث للتعرف على نوعية شرائط التسجيل التى يقبل عليها الأفراد فى قرى البحث الأربع ، وطرحنا على المبحوثين السؤال المفتوح التالى : تقدر تقولى أسماء الشرائط اللى بتفضل دائما تسمعها ؟ ويفيد هنا أن نعرض كميا لنتائج الحصر الشامل لاستجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

جدول رقم (٤٠)

الشرائط التى يفضل القرويون التعرض لها

نوع الشريط	التكرار*	٪
شرائط الأغانى	٣٣٨	٤٩٫٠٩٣
شرائط القرآن الكريم	٢٣٢	٣٤٫٢٧
شرائط الذكر والإنشاد الدينى	٣٨	٥٫٦١
شرائط القصص	٤٠	٥٫٩١
شرائط الشيخ الشعراوى	٢٠	٢٫٩٥
شرائط الشيخ كشك	٩	١٫٣٣
إجمالى	٦٧٧	١٠٠٪

* يزيد عدد متغيرات هذا الجدول عن عدد المبحوثين ممن يستمعون إلى شرائط التسجيل ، لأن المبحوث الواحد كان يتاح له ترديد أكثر من متغير .

وتشير بيانات الجدول رقم (٤٠) إلى أن شرائط الأغانى للمطربين والمطربات تحظى بدرجة تفضيل عالية بين القرويين ، فقد وردت الإشارة إلى هذه الشرائط فى استجابات (٣٣٨) مبحوثا بنسبة (٤٩٫٩٣٪) . ويلى ذلك تفضيل التعرض لشرائط القرآن الكريم (٢٣٢) مبحوثا بنسبة (٣٤٫٢٧٪) ، ثم شرائط القصص فى المرتبة التالية وبفارق كبير (٤٠) مبحوثا فقط بنسبة (٥٫٩١٪) ، وشرائط الذكر والإنشاد الدينى (٣٨) مبحوثا بنسبة (٥٫٦١) ، وشرائط الشيخ

الشعراوى (٢٠) مبحوثا بنسبة (٩٥ر٢٪) وأخيرا ، شرائط الشيخ كشك (٩) مبحوثين بنسبة (٣٣ر١٪) فقط من إجمالى تكرارات تفضيل المبحوثين لشرائط التسجيل .

٥ - الفيديـــو

بدأ الفيديو يظهر بصورة ملحوظة فى القرية المصرية فى أواخر السبعينيات ومطلع الثمانينيات ، وقد اقتصر ظهوره فى البداية على عدد محدد من المقاهى التى سعت إلى زيادة عدد روادها بعد انخفاضهم بشكل ملحوظ نتيجة انتشار أجهزة التليفزيون فى البيوت ، وذلك من خلال عرض الأفلام ، وبالذات تلك المتعلقة بالعنف والجنس التى تستهوى جماعة الشباب ، وخصوصا فئات الحرفيين والطلبة . ثم أخذت هذه الأجهزة فى الانتشار خلال حقبة الثمانينيات نتيجة لعمليات الهجرة والانفتاح التى بدأت آثارها تظهر بوضوح فى القرية المصرية خلال هذه الحقبة . وأصبح حيازة جهاز الفيديو مظهرا من مظاهر المكانة والتفاخر بالقرية .

وقد بدأ الحوار مع المبحوثـين - أفراد العينة - حول الفيديو بطـرح السـؤال الآتى : أنت متعود تتفرج على الفيديو ؟ وقد اتجهت الغالبية العظمى من المبحوثين فى ردهم على هذا التساؤل للنفى ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة :

جدول رقم (٤١)

درجة تعود القرويين على مشاهدة الفيديو

اسم الإذاعـة	التكرار	٪
دائمـــا	٨	٦ر١
أحيانـــا	٣٨	٥ر٧
لا أشاهـــده	٤٦٣	٩ر٩٠
إجمالـى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٤١) إلى أن هناك (٤٦٣) مبحوثا بنسبة (٩ر٩٠٪) لايشاهدون الفيديو ، فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه يشاهده أحيانا ، وربما على سبيل التزايد أو الظهور بمظهر القادر أمام الباحث ، أو يشاهده دائما وبانتظام عن (٥ر٧٪) و (٦ر١٪) على الترتيب لكل منهما ، الأمر الذى يشير إلى تراجع أداء الفيديو فى الوقت الراهن فى مجتمع القرية . ولاتظهر التحليلات الإحصائية أية علاقة بين التمايزات النوعية أو المهنية أو الجغرافية ، ودرجة التعود على مشاهدة الفيديو فى القرية المصرية .

وتشير البيانات ، إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٤١٢) مبحوثا بنسبة (٨٩٪) لم يسبق لهم على الإطلاق مشاهدة الفيديو . فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه كان يشاهده وتوقف فى الوقت الحاضر عن (٥١) مبحوثا بنسبة (١١٪) فقط من إجمالى المبحوثين الذين أقروا بعدم مشاهدتهم للفيديو ، وقد أشار هؤلاء الأفراد فى معرض تبريرهم لأسباب توقفهم هذا إلى عدم حيازة جهاز الفيديو أو القدرة على حيازته (٢٩) مبحوثا بنسبة (٩ر٥٦٪) ، والمشغولية وعدم وجود وقت (١٠) مبحوثين بنسبة (٦ر١٩٪) ، واعتبار الفرجة على الفيديو حرام ، أو كلام فاضى ومسخرة (٦) مبحوثين بنسبة (٧ر١١٪) . ومال عدد مماثل للنسبة الأخيرة لترديد استجابات أخرى دارت فى الأساس حول الاكتفاء بمشاهدة التليفزيون ، أو تفضيل قضاء وقت الفراغ فى المفيد والبحث عن المصلحة إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى فقدان أهمية الفيديو فى حياة هؤلاء الأفراد .

وفى المقابل ، قدم المبحوثون الذين أقروا عدم مشاهدتهم للفيديو على الإطلاق والبالغ عددهم (٤١٢) مبحوثا العديد من الأسباب وراء عزوفهم عن التعرض للفيديو . ويوضح الجدول التالى طبيعة هذه الأسباب :

جدول رقم (٤٢)

أسباب عزوف القرويين عن مشاهدة الفيديو

السبب	التكرار	٪
لايوجد وقت	٨	٩ر١
ليس لديه فيديو	٣٦٥	٦ر٨٨
التليفزيون بيجيب كل حاجة	٣	٧ر٠
كلام فاضى	٢٣	٦ر٥
أخرى تذكر	١٣	٢ر٣
إجمالى	٤١٢	١٠٠

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (٤٢) فإن السبب الرئيسى وراء عدم مشاهدة المبحوث للفيديو يعود إلى عدم حيازته للجهاز أصلا ، فقد ورد هذا العامل فى استجابات (٣٦٥) مبحوثا بنسبة (٦ر٨٨٪) من إجمالى المبحوثين أفراد العينة ممن لايشاهدون الفيديو على الإطلاق . وتدنت بعد ذلك بقية الأسباب ، مثل النظر إلى الفيديو باعتباره "كلام فاضى ، أو عدم وجود وقت ، أو التعود على مشاهدة التليفزيون" حيث لم تتجاوز نسبة هذه الاستجابات عن (٦ر٥٪) و (٩ر١٪) و (٧ر٠٪) فقط من إجمالى الأسباب الكامنة وراء عزوف المبحوثين عن التعرض للفيديو . وهى كلها بيانات تشير إلى ضعف قدرة العديد من القرويين على حيازة جهاز الفيديو ، رغم توافر الرغبة لمشاهدته أو حيازته .

وتشير البيانات إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين الذين أقروا بمشاهدتهم للفيديو بصفة دائمة أو أحيانا والبالغ عددهم (٤٦) مبحوثا يشاهد الفيديو عند الأصدقاء أو الجيران ، (٢٢) مبحوثا بنسبة (٨ر٤٧٪) ، وفى البيت (١٣) مبحوثا بنسبة (٣ر٢٨٪) وتدنت إلى أقصى حد نسبة مشاهدة الفيديو فى المقهى ، حيث لم يتجاوز عدد من أقر بمشاهدته للفيديو فى المقهى عن (حالتين) فقط فى قرى محافظة وجه بحرى ، واختفت تماما نسبة مشاهدة الفيديو فى

المقهى بقرى وجه قبلى .

وبصرف النظر عن مكان التعرض ، فقد سعى البحث لتعميق الحوار مع هؤلاء المبحوثين للتعرف على المضامين الذين يفضلون التعرض لها فى الفيديو ، وطرحنا عليهم السؤال الآتى : إيه اللى بتحب تتفرج عليه فى الفيديو أكثر ؟ وتشير نتائج استجابات المبحوثين على هذا التساؤل عن سيادة التوظيف الترفيهى للفيديو ، حيث لايتجاوز الأمر الفرجة على الأفلام والمسلسلات والأغانى والرقصات ، وقد حظيت الأفلام الهندية التى تتميز بالعنف والقوة الخارقة التى تثير إعجاب القرويين ، وبالذات جماعة الشباب ، بالمرتبة الأولى فى تفضيلات التعرض للفيديو . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٤٣)

تفضيلات تعرض القرويين للفيديو

التفضيل	التكرار	٪
أفلام مصرية	١٤	٤ر٣٠
أفلام هندية	١٨	١ر٣٩
أفلام أجنبية	٤	٧ر٨
أغانى ورقصات	١	٢ر٢
مسلسلات	–	–
أخرى	٩	٦ر١٩
إجمالى	٤٦	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٤٣) إلى أن الأفلام الهندية جاءت فى المرتبة الأولى فى تفضيلات القرويين التعرض للفيديو ، حيث وردت هذه النوعية من الأفلام فى استجابات (١٨) مبحوثا بنسبة (١ر٣٩٪) . ويلى ذلك تفضيل التعرض للأفلام المصرية ، ربما بسبب عامل اللغة ، وعدم القدرة على قراءة الترجمة ، كما

هو الحال فى الأفلام الهندية (١٤) مبحوثا بنسبة (٤ر٣٠٪) ، والأفلام الأجنبية (٤) مبحوثين بنسبة (٧ر٨٪) ، والأغانى والرقصات بنسبة (٢ر٢٪) فقط من إجمالى المبحوثين الذين أقروا بمشاهدتهم للڤيديو . واختفى تماما تفضيل التعرض للمسلسلات ، ربما بسبب عدم توافر شرائط أو تفضيل التعرض لها فى التليفزيون . وأبدى (٩) من المبحوثين بنسبة (٦ر١٩٪) عدم القدرة على التفضيل ، وفضل ترديد استجابات من قبيل "أى حاجة" ، "اللى متوفر أهو احنا بنشوفه ، أنا بروح اتفرج وخلاص" إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى تلاشى قدرة هؤلاء الأفراد فى التدخل لتحديد مضمون مايريدون مشاهدته فى الڤيديو ، وذلك على مايبدو بسبب مشاهدتهم له لدى الغير .

وفى محاولة من جانب البحث لإعادة التثبت من دقة ماسبق الإشارة إليه حول سيادة التوظيف الترفيهى للڤيديو بين القرويين ، طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : ياترى حصل قبل كده واتفرجت فى الڤيديو على فيلم بيوريك طريقة جديدة فى رى أرضك أو زراعتها أو ازاى تستعمل حاجة جديدة ؟ ومرة أخرى مالت الغالبية العظمى من المبحوثين (٤٣) مبحوثا بنسبة (٥ر٩٣٪) من إجمالى المبحوثين الذين أقروا بمشاهدتهم للفيديو للنفى . فى حين لم يتجاوز عدد من استجاب بالإيجاب ، وأكد حدوث ذلك ، عن (٣) أفراد بنسبة (٥ر٦٪) ، أشار فردان منهما إلى أنهما استفادا من الفيلم دون قدرة على تحديد طبيعة هذه الاستفادة . فى حين نفى الفرد الثالث هذه الاستفادة ، وهى كلها بيانات تؤكد صحة ما أشرنا إليه من قبل حول سيادة التوظيف الترفيهى للڤيديو وتدنى الاستخدام التعليمى أو الإرشادى لهذه الوسيلة الإعلامية .

ثانيا : فعالية أنماط الاتصال المختلفة فى القرية المصرية

حاول العرض السابق ، بحث حجم وسلوك تعرض القرويين بقرى البحث الأربع للعديد من وسائل الاتصال الجماهيرى . ولما كان التعرض بمفرده غير كاف بالمرة للحكم على الأداء الاتصالى للوسيلة الإعلامية ، وتحديد مكانتها فى بناء الاتصال فى مجتمع البحث ، وذلك انطلاقا من حقيقة ، أن التعرض - بافتراض حدوثه - لايعنى التأثير أو الفهم والاستيعاب ، حيث قد يقر الفرد بالتعرض للوسيلة الإعلامية دون أن يترك ذلك أية تأثيرات فعلية عليه ، لذا فقد اتجه البحث لقياس الأداء الفعلى لأجهزة الإعلام فى مجتمع القرية والتعرف على حقيقة مواقف واتجاهات القرويين نحو هذه الأجهزة .

وقد بدأ الحوار فى هذا الجانب بطرح السؤال الآتى : الواحد لوحب يشغل وقته الفاضى يشغله فى إيه أحسن ؟ وكان الهدف من طرح التساؤل هو التعرف بصورة غير مباشرة على حجم اهتمامات المبحوث بمختلف وسائل الإعلام خلال وقت فراغه . وكان اللافت للنظر ، ويؤكد تراجع المكانة الاتصالية لوسائل الاتصال الجماهيرى فى مجتمع القرية ، أن اتجه الجانب الأكبر من المبحوثين لقضاء وقت فراغهم بعيدا عن هذه الوسائل . ويوضح الجدول رقم (٤٤) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٤٤)

تصور القرويين لأحسن شيئ لشغل وقت الفراغ

التصـــور	التكرار	٪
فى الدردشـــــــة	٣٧	٧ر٣
فى مشاهدة التليفزيون	١٣١	٢٥ر٧
فى الاستماع للراديـــو	٥١	١٠ر٠
فى قراءة الجرنـــــال	٢٨	٥ر٥
فى مشاهدة الڤيديـــو	-	-
فى الاستماع لشرائط التسجيل	٥	١ر٠
أخرى تذكـــر	٢٥٧	٥٠ر٥
إجمالــــــى	٥٠٩	١٠٠

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (٤٤) فقد ردد الجانب الأكبر من المبحوثين استجابات لم تكن على الإطلاق واردة فى تصور هيئة البحث عند صياغة متغيرات هذا التساؤل ، وقد جرى تدوينها تحت فئة أخرى تذكر ، ويفيد أن نعرض لها كما وردت على لسان المبحوثين بالنظر لدلالتها : "أخرج اتمشى واتفرج على الأرض ، فى الأشغال اليدوية والرسم والقراءة المفتوحة ، فى مساعدة الزوج فى الشغل ، يقعد يرتاح وينام ، أقعد على باب الشارع وأشوف الناس اللى ماشيه ، أشوف أى مصلحة تنفعنى وتنفع بيتى وعيالى ، أروح ألعب شيش بيش فى القهوة أو دومنيو ، أزور قرايبى أو مريض ، أقعد أذاكر ، فى البيع ، الصلاة وشغل البيت ، أقرأ قرآن ، يعمل أعمال مفيدة" . فإذا أضفنا إلى هذه الاستجابات نسبة الاستجابات التى أشارت إلى شغل وقت الفراغ فى الدردشة والتى تظهرها بيانات الجدول السابق ، فإننا نجد أن مايقرب من (٥٧ر٨٪) من المبحوثين يفضلون شغل وقت فراغهم بعيدا عن مختلف أجهزة الاتصال الجماهيرى ، وهو أمر بالغ الدلالة ، وينبغى أن يؤخذ فى الاعتبار فى أى مناقشة أو تقويم واقعى لفاعلية أجهزة الإعلام فى مجتمع القرية .

وتأتى الفرجة على التليفزيون فى المرتبة التالية ، وبفارق كبير ، فى تفضيل شغل وقت الفراغ لدى القرويين . فقد وردت الإشارة إلى هذه الوسيلة الإعلامية فى استجابات (١٣١) مبحوثا بنسبة (٢٥ر٧٪) ، وتدنى إلى أقصى حد ، بعد ذلك تفضيل شغل وقت الفراغ فى الاستماع للراديو ، أو قراءة الجريدة ، أو الاستماع لشرائط التسجيل ، حيث لم تتجاوز نسبة هذا التفضيل عن (١٠٪) و (٥ر٥٪) و (١٪) فقط على الترتيب من إجمالى تفضيلات المبحوثين أفراد العينة لشغل وقت الفراغ ، واختفت تماما أية إشارة إلى تفضيل شغل وقت الفراغ فى مشاهدة الڤيديو ، وهى كلها بيانات واضحة الدلالة ، وتسير فى اتجاه تأكيد تراجع درجة

اعتماد القرويين على أجهزة الاتصال الجماهيرية فى مجتمع القرية .

ولا تكشف البيانات التفصيلية وجود علاقة ذات دلالة بين المهنة ، وكيفية شغل وقت الفراغ ، وإن كانت المعالجات الإحصائية تشير إلى وجود علاقة دالة بين النوع وسلوك شغل وقت الفراغ (كا٢ دالة عند مستوى ٠٠٠٧ر٠) ، حيث يزيد ميل الذكور لشغل وقت الفراغ فى الدردشة والاستماع للراديو أو قراءة الجرائد . فى حين تفضل الإناث شغل هذا الوقت فى الفرجة على التليفزيون* . كذلك فقد يلاحظ وجود علاقة دالة بين الموقع الجغرافى وشغل وقت الفراغ (كا٢ معنوية عند مستوى ٠٠٢٣ر٠) ، حيث يتزايد نسبيا تفضيل شغل وقت الفراغ فى الدردشة ومشاهدة التليفزيون بقرى وجه قبلى بالمقارنة بقرى وجه بحرى . وفى القرى (التابعة) بالمقارنة بالقرى (الأم) وفى مقابل ذلك - يزيد نسبيا - . تفضيل شغل وقت الفراغ فى قراءة الجريدة ، والاستماع للراديو ، فى قرى وجه بحرى بالمقارنة بقرى وجه قبلى** .

ومع ذلك ، وعلى الرغم من تراجع اعتماد القرويين على أجهزة الإعلام ، على النحو المشار إليه آنفا ، فإنها ماتزال - وكما أشرنا فى موضع سابق - تمثل المصدر الرئيسى الذى يمكن من خلاله إذا رغب الفرد الإلمام بمجريات الأحداث فى المجتمع . ويوضح الجدول رقم (٤٥) هذه الحقيقة .

* انظر بيانات الجدول رقم (١٩) ملحق رقم (٣) .
** انظر بيانات الجدول رقم (٢٠) ملحق رقم (٣) .

جدول رقم (٤٥)

تصرف المبحوث عندما يرغب فى معرفة مجريات الاحداث فى المجتمع

التصــور	التكرار	٪
يشاهد التليفزيون	٢٧٤	٥٣٫٨
يقرأ الجرائـــد	٩٣	١٨٫٣
يسمع الراديـــو	٨٠	١٥٫٧
يقعد مع الناس ويتكلم معها	٦٠	١١٫٨
أخـــرى	٢	٠٫٤
إجمالـــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٤٥) إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٧٤) مبحوثا بنسبة (٥٣٫٨٪) تتجه عندما ترغب فى الإلمام بمجريات الأمور فى المجتمع إلى التليفزيون ، الأمر الذى يشير إلى التميز النسبى لهذه الوسيلة الاتصالية فى مجتمع القرية بالمقارنة بوسائل الاتصال الأخرى من حيث درجة الاعتماد عليها فى التزود بما يقع من أحداث . ويلى ذلك ، وبفارق كبير ، قراءة الجرائد (٩٣) مبحوثا بنسبة (١٨٫٣٪) ، ثم الاستماع إلى الراديو فى المرتبة الثالثة (٨٠) مبحوثا بنسبة (١٥٫٧٪) ، وأخيرا الإلمام بمجريات الأحداث عبر الاتصالات الشخصية مع الآخرين (٦٠) مبحوثا بنسبة (١١٫٨٪) من إجمالى المبحوثين أفراد العينة .

وتشير البيانات إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين المهنة وتصرف المبحوث عندما يرغب فى معرفة أحوال الدنيا ، ويوضح الجدول رقم (٤٦) هذه العلاقة .

جدول رقم (٤٦)

العلاقة بين المهنة وتلبية الرغبة فى معرفة أحوال الدنيا

المهنة	فلاح		حرفى		تاجر		موظف		مهنى		عامل		طالب		إجمالى	
الرغبة	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
يشاهد التليفزيون	١٨٢	٨٦ر٦٠	٩	٨٦ر٤٢	٦	٨٦ر٤٢	١٨	٣٠ر٣٨	١١	٤٤	٣٦	٧٣ر٥٣	١٢	٣٣ر٣٣	٢٧٤	٨ر٥٣
يقرأ الجرائد	٤٠	٢٨ر١٣	٢	٥٢ر٩	١	١٤ر٧	١٥	٩١ر٣١	٦	٢٤	٩	٤٣ر١٣	١٩	٧٧ر٥٢	٩٣	٣ر١٨
يسمع الراديو	٣٥	٧١ر١١	٥	٨١ر٢٣	٣	٤٣ر٢١	١٠	٢٨ر٢١	٨	٣٢	١٥	٢٩ر٢٢	٤	١٢ر١١	٨٠	٧ر١٥
يقعد مع الناس	٤٠	٢٨ر١٣	٥	٨١ر٢٣	٤	٥٧ر٢٨	٤	٥١ر٨	–	–	٧	٤٥ر١٠	–	–	٦٠	٨ر١١
أخرى	٢	٦٧ر.	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	١	٧٨ر٢	٢	–
إجمالى	٢٩٩	١٠٠	٢١	١٠٠	١٤	١٠٠	٤٧	١٠٠	٢٥	١٠٠	٦٧	١٠٠	٣٦	١٠٠	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٤٦) التزايد النسبى الملحوظ لدى فئات الفلاحين والعمال للاتجاه إلى التليفزيون لمعرفة مجريات الأمور ، حيث تصل نسبة هذا السلوك بينهم (٨٦ر٦٠٪) و (٧٣ر٥٣٪) على الترتيب لكل منهما ، فى حين ينخفض هذا السلوك نسبيا بين فئات الطلبة والموظفين والحرفيين والتجار والمهنيين ، حيث لاتتجاوز هذه النسبة بينهم (٣٣ر٣٣٪) و (٣٠ر٣٨٪) و (٣٠ر٣٨٪) و (٨٦ر٤٢٪) و (٨٦ر٤٢٪) و (٤٤٪) لكل منهم ، ويتميز التجار بالميل للإلمام بمجريات الأحداث عبر الاتصالات الشخصية (٥٧ر٢٨٪) ، الحرفيون بالميل للاستماع للراديو بنسبة (٨١ر٢٣٪) ، والموظفون بقراءة الجرائد (٩١ر٣١٪) وهكذا .

كما تكشف البيانات وجود علاقة ارتباطية دالة بين النوع وتلبية الرغبة فى معرفة أحوال الدنيا ، حيث تتجه الإناث إلى التليفزيون ، فتصل نسبة هذا التعرف بينهن إلى (٦٥٪) فى مقابل (٤٨٪) للذكور . وفى المقابل يتجه الذكور أكثر إلى الجرائد والراديو ، فتصل نسبة هذا السلوك بينهم إلى (١٩٪) لكل منهما ، فى حين لاتتجاوز هذه النسبة لدى الإناث (١٥٪) و (٨٪) على الترتيب .

وفى محاولة من جانب البحث للتعرف على درجة المصداقية التى تحظى بها وسائل الاتصال الجماهيرية الرئيسية : الراديو ، التليفزيون ، الجرائد فى مجتمع القرية ، قياسا على أحد الموضوعات الاجتماعية المثيرة للجدل والخلاف ، طرحنا على المبحوثين صيغة السؤال الآتى : لما يكون فيه موضوع الناس بتختلف عليه زى تنظيم الأسرة ، ياترى الناس فى البلد بتصدق الكلام اللى بيقوله مين أكثر؟ مع الحرص على ترديد الباحث أمام المبحوث لبدائل استجابات هذا السؤال وهى : الراديو ، التليفزيون ، الجرائد ، ماحدشى فى البلد بيصدق حاجة من دى فى الموضوع ده ، وطلب اختيار بديل واحد ضمانا لدقة التمييز والتحديد . ومرة أخرى يحتل التليفزيون المرتبة الأولى فى استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة :

جدول رقم (٤٧)

تصور القرويين للمصدر الجماهيرى الاكثر مصداقية فى موضوع تنظيم الاسرة

التصـــور	التكرار	٪
الراديـــو	٢٤	٧ر٤
التليفزيون	٤١٥	٥ر٨١
الجرائـــد	٩	٨ر١
لا أحد يصدق حاجة من دى	٤٦	٩ر١٠
أخـــرى	١٥	٩ر٢
إجمالـــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول ، أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٤١٥) مبحوثا بنسبة (٥ر٨١٪) أشارت إلى التليفزيون باعتباره المصدر الأكثر مصداقية بين وسائل الإعلام الجماهيرى فى الحديث عن موضوع تنظيم الأسرة ، وعلى حد تعليل هؤلاء المبحوثين ؛ لأنه يعرض بالصوت والصورة ، وعدم قدرة الكثير من

القرويين على القراءة . ومع ذلك ، تبدو هذه النتيجة مقلقة وغير مطمئنة ، فهناك احتمالات التباس الأمر لدى المبحوثين بين مصداقية مايقال وبين الوسيلة الأكثر حديثا أو نشاطا فى عرض موضوع تنظيم الأسرة ، أو لعله الوضع الإجبارى الذى وجد فيه المبحوث أن عليه اختيار واحد من البدائل المطروحة وتحديد أيها أكثر مصداقية من الآخر . وبصرف النظر عن هذه المخاوف ، يظل للتليفزيون مركز السيادة بالمقارنة بوسائل الاتصال الأخرى إذا ماوضعت موضع مقارنة لدى القرويين وحيث لم تتجاوز نسبة الإشارة إلى الراديو ، والجرائد عن (٧ر٤٪) و (٨ر١٪) على الترتيب ، ومال (٤٦) مبحوثا نسبة (١ر٩٪) لتأكيد افتقاد الوسائل الثلاث للمصداقية فى موضوع تنظيم الأسرة ، وعلى حد تعبيرهـم : "دا كلام فاضى" ، "لانصدق غير رأى الدين ورأينا" .

وتشير البيانات إلى وجود علاقة دالة بين النوع ، وتصور المبحوث للمصدر الجماهيرى الأكثر مصداقية فى الحديث عن موضوع تنظيم الأسرة (كا ^{2} دالة عند مستوى ٠٠٠٩ر٠) ويوضح الجدول التالى هذه العلاقة .

جدول رقم (٤٨)

العلاقة بين النوع والمصدر الجماهيرى الاكثر مصداقية فى تنظيم الاسرة

النوع / المصدر	ذكور		إناث		إجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الراديو	٢٢	٦ر٥١	٢	١ر١٨	٢٤	٤ر٥
التليفزيون	٢٦٣	٧٧ر٨١	١٥٢	٨٩ر٤١	٤١٥	٨١ر٧
الجرائد	٧	٢ر٠٧	٢	١ر١٨	٩	١ر٨
لا أحد يصدقها	٣٤	١٠ر٠٦	١٢	٧ر٠٦	٤٦	٩ر٠
أخرى	١٢	٣ر٥٥	٢	١ر١٧	١٥	٣ر٠
إجمالى	٣٣٨	١٠٠	١٧٠	١٠٠	٥٠٩	١٠٠

وتفصح بيانات الجدول رقم (٤٨) الارتفاع النسبى الملحوظ فى اتجاه الإناث لتصديق التليفزيون فى موضوع تنظيم الأسرة بالمقارنة بالذكور ، حيث تصل نسبة التصديق بينهن إلى (٨٩ر٤١٪) فى مقابل (٧٧ر٨١٪) فقط لدى الذكور ، كما تزيد نسبيا درجة تصديق جهاز الراديو بين الذكور (٦ر٥١٪) بالمقارنة بالإناث ، حيث لاتتجاوز هذه النسبة بينهن (١ر١٨٪) ، الأمر الذى يشير إلى تأثير الفروق النوعية فى درجة تصديق المصادر المختلفة ، مع استمرارية سيادة مصداقية التليفزيون لدى جميع أفراد العينة على اختلافهم على النحو المشار إليه آنفا .

فإذا انتقلنا إلى المصادر الشخصية الأكثر مصداقية فى موضوع تنظيم الأسرة ، فإننا نجد الميل العام لتصديق الطبيب بالمقارنة ببقية المصادر الشخصية الأخرى مثل شيخ الجامع ، أو المدرس ، أو العمدة ، أو الداية ، أو الجيران والأصدقاء . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة :

جدول رقم (٤٩)

تصور القرويين للمصدر الشخصى الاكثر مصداقية فى موضوع تنظيم الاسرة

التصــــور	التكرار	٪
شيخ الجامع	١٦٩	٢٠ر٣٣
الطبيـــــب	٢٩٩	٥٨ر٧٤
المـــــدرس	١	٢٠ر٠
العمــــدة	١	٢٠ر٠
الدايـــــة	١	٢٠ر٠
الجيران أو الأصدقاء	٨	١ر٥٧
أخرى	٣٠	٥ر٨٩
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول ، أن الجانب الأكبر من المبحوثين -- أفراد العينة - يميلون إلى تصديق حديث الطبيب فى موضوع تنظيم الأسرة ، حيث وردت الإشارة إلى هذا المصدر فى استجابات (٢٩٩) مبحوثا بنسبة (٥٨ر٧٤٪) فهو الأكثر اطلاعا ومعرفة من الناحية الطبية بهذه الأمور . ومع ذلك ، فهناك نسبة غير قليلة أيضا (١٦٩) مبحوثا بنسبة (٢٠ر٣٣٪) ترى أن شيخ الجامع هو الأكثر دراية ومعرفة بأحكام الدين فى هذه المسألة ، وبالتالى تميل إلى تصديق حديثه أو نصائحه فى هذا المجال . وتدنت بعد ذلك درجة مصداقية بقية المصادر الشخصية ، مثل المدرس ، أو العمدة ، أو الداية ، أو الجيران ، والأصدقاء ... الخ .

وقد اتجه البحث لتعميق الحوار مع المبحوثين حول كل وسيلة اتصالية على حدة بغية التعرف على درجة اعتمادهم عليها أو استفادتهم منها فى مجرى حياتهم الفعلية . وقد بدأ الحوار بجهاز الراديو بطرح السؤال الآتى : فى رأيك الناس فى البلد هنا ممكن تستغنى عن الراديو ؟ ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

جدول رقم (٥٠)

رأى القرويين فى إمكانية الاستغناء عن الراديو

الـــــرأى	التكرار	٪
لاتستطيع الاستغــنــاء عنـــه	٤٣٩	٢ر٨٦
تستطيع الاستغـــنـاء عـــنه	٣٢	٣ر٦
تستطيع الاستغناء عنه لفـترة	١٢	٤ر٢
فيه ناس تستطـيع ونـــاس لا	٢٦	١ر٥
إجمالـــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٥٠) إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٤٣٩) مبحوثا بنسبة (٢ر٨٦٪) أقروا بعدم قدرة القرويين على الاستغناء عن الراديو ، فى حين لم يتجاوز عدد من أكد صراحة أن القرويين يستطيعون الاستغناء عن الراديو عن (٣٢) مبحوثا بنسبة (٣ر٦٪) ، ومال (١٢) مبحوثا بنسبة (٤ر٢٪) لترديد استجابة تستطيع الاستغناء عنه لفترة ، ونسبة أخرى لم تتجاوز (١ر٥٪) رددت استجابة فيه ناس تستطيع وناس لا .

وتشير البيانات إلى وجود علاقة بين الموقع الجغرافى ودرجة استغناء أو عدم استغناء أفراد العينة عن الراديو (كا٢ دالة عند مستوى ٠٤ر٠) ، حيث ترتفع نسبيا الاستجابات التى تشير إلى عدم استغناء الناس عن الراديو بقرى وجه بحرى بالمقارنة بقرى وجه قبلى حيث تصل هذه النسبة بقرى وجه بحرى إلى (٧ر٨٩٪) فى مقابل (٩ر٨٢٪) بقرى وجه قبلى * .

كما تظهر البيانات العلاقة الارتباطية الدالة بين المهنة ودرجة الاستغناء أو عدم الاستغناء عن الراديو . ويوضح الجدول التالى هذه العلاقة .

جدول رقم (٥١)

العلاقة بين المهنة وإمكانية الاستغناء عن الراديو

المهنة	فلاح		حرفى		تاجر		موظف		مهنى		عامل		طالب		إجمالى	
درجة الاستغناء	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
لاتستطيع	٢٥٥	٥٧ر٨٥	١٨	٧١ر٨٥	١٤	١٠٠٪	٤١	٢٥ر٨٦	٢٣	٩٢ر٤	٦١	٧١ر٨٩	٢٧	٧٥ر	٤٣٩	٢ر٨٦
تستطيع	٢٠	٧١ر٦	١	٧٦ر٤	–	–	٢	٢٥ر٤	١	٤	٣	٤٢ر٤	٥	٩ر١٣	٣٢	٥ر٦
تستطيع لفترة	٤	٣٤ر١	٢	٥٢ر٩	–	–	٢	٢٥ر٤	١	–	١	٤٧ر١	٢	٥٥ر٥	١٢	٤ر٢
فيه وفيه	١٩	٣٨ر٦	–	–	–	–	٢	٢٥ر٤	–	–	٣	٤١ر٤	٢	٥٥ر٥	٣٦	٩ر٤
إجمالى	٢٩٨	١٠٠	٢١	١٠٠	١٤	١٠٠	٤٧	١٠٠	٢٥	١٠٠	٦٨	١٠٠	٣٦	١٠٠	٥٠٩	١٠٠

* انظر بيانات الجدول رقم (٢١) ملحق رقم (٣) .

وتشير بيانات الجدول إلى الارتفاع النسبى الملحوظ فى الميل لإقرار عدم الاستغناء عن الراديو بين فئات التجار والمهنيين والعمال ، حيث ترتفع نسبة عدم الاستغناء عن الراديو بينهم لتصل إلى (١٠٠٪) و (٩٢٪) و (٨٩٪) على الترتيب ، لكل منهم ، فى حين تنخفض هذه النسبة بين فئات الطلبة لتصل إلى (٧٥٪) والفلاحين إلى (٥٧ر٨٥٪) والحرفيين إلى (٧١ر٨٥٪) . وترتفع نسبيا درجة الميل للاستغناء عن الراديو بين فئات الطلبة لتصل إلى (٩٠ر١٣٪) ، والفلاحين إلى (٧١ر٦٪) من إجمالى المبحوثين أفراد كل فئة منهما .

وقد كشف تعميق الحوار مع المبحوثين الذين أشاروا إلى إمكانية استغناء الأفراد فى القرية عن الراديو ، سواء نهائيا أو لفترة ، والبالغ عددهم (٤٤) مبحوثا عن العوامل الكامنة التى تدفع القرويين فى اتجاه الاستغناء عن الراديو . ويأتى على رأس هده العوامل ، وجود التليفزيون . فقد أشار إلى هذا العامل (٣١) مبحوثا بنسبة (٤ر٧٠٪) ، وهو أمر يؤكد صحة ما أشرنا إليه فى موضع سابق عن سحب التليفزيون لبعض جمهور الراديو فى القرية المصرية . فإذا كان الفرد مشغولا بسبب العمل طوال النهار ، وفى أكثر من مهنة أو مجال أحيانا ، وينحصر وقت فراغه ، فإنه يميل إلى تفضيل التعرض للتليفزيون فى نهاية اليوم مع بقية أعضاء الأسرة ، وهذا فيه الكفاية ، خصوصا أنه لايوجد اختلاف كبير بين الراديو والتليفزيون من حيث درجة الاهتمام بشئون القرية المصرية . وقد تأكد ذلك بصورة واضحة من بقية التبريرات التى قدمها المبحوثون فى هذا المجال من قبيل القول : "مافيش فيه حاجة مهمة ، كان زمان ودلوقتى ماعدش" إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى التراجع الشديد فى مكانة الراديو لدى هؤلاء الأفراد .

وفى المقابل كشف أفراد عينة البحث الذين أقروا بأن هناك بعض الناس

يستطيع الاستغناء عن الراديو ، والبعض الآخر لايستطيع والبالغ عددهم (٣٦) مبحوثا ، عن الفئات الأكثر استفادة من الراديو فى البلد وبالتالى لاتستطيع الاستغناء عن الراديو ، وأشاروا فى ذلك تحديدا إلى فئات : الفلاحين والحرفيين ، والعمال ، والتجار باعتبارهم أكثر الفئات استفادة من الراديو . فى حين كان المهنيون ، والموظفون ، والطلبة أكثر الفئات فى القرية استعدادا للاستغناء عن الراديو فى تصور هؤلاء الأفراد .

وقد تحدث المبحوثون الذين أقروا بعدم الاستغناء عن الراديو فى القرية ، والبالغ عددهم (٤٣٩) مبحوثا عن العديد من العوامل التى تملى هذا الإقرار . ويكشف الجدول التالى عن هذه العوامل .

جدول رقم (٥٢)

أوجه استفادة القرويين من الراديو

أوجه الاستفادة	التكرار*	٪
الناس بتعرف منه اللى بيجرى فى الدنيا	٢٧٣	٤١٫٧
الناس بتعرف منه حقوقهـــا	٣٢	٤٫٩
بيسلى الناس شوية عن مشاكلها	١٩٥	٢٩٫٨
الناس بتعرف منه قرارات الحكومـــة	١٠	١٫٥
الناس بتتعلم من الراديو حاجات كتير	٩٠	١٣٫٧
أخرى تذكر	٥٥	٨٫٤
إجمالــــى	٦٥٥	١٠٠

* يزيد عدد مفردات هذا الجدول عن العينة الأصلية والبالغ عددها (٤٣٩) مبحوثا ؛ لأن المبحوث الواحد كان يتاح له ترديد أكثر من متغير .

وتظهر بيانات الجدول ، أن الناس فى القرية لاتستطيع الاستغناء عن الراديو ؛ لأنه بصرف النظر عن أية اعتبارات أخرى ، يعد مصدرا يمكن من خلاله الإلمام بمجريات الأمور . فقد أشار إلى هذا العامل (٢٧٣) مبحوثا بنسبة

(٤١٫٧٪) . وينوه البحث هنا إلى عدم الاطمئنان لدقة استجابات المبحوثين اللفظية هنا ، وإشارتهم إلى هذا العامل باعتباره أهم العوامل التى تكمن وراء عدم الاستغناء عن الراديو . فقد أقروا فى حوار سابق بوجود مصدر أكثر أهمية فى معرفة أحوال الدنيا وهو التليفزيون ، كما لم تأت المضامين الإخبارية والسياسية على رأس قائمة تفضيلات القرويين لبرامج الراديو ، وإنما أشاروا إلى البرامج الدينية والقرآن الكريم ، والمسلسلات الإذاعية على النحو المعروض آنفا .

وبصرف النظر عن هذا التحفظ ، فقد أشار المبحوثون إلى عامل آخر من عوامل عدم إمكانية الاستغناء عن الراديو ، وهو الجانب الترفيهى ، "فهو بيسلى الناس شوية عن مشاكلها" . وقد ورد هذا العامل فى المرتبة الثانية ، وأشار إليه (١٩٥) مبحوثا بنسبة (٢٩٫٨٪) . ثم أن الناس بتكتسب معارف عديدة من الراديو (٩٠) مبحوثا بنسبة (١٣٫٧٪) ، وبتعرف منه حقوقها (٣٢) مبحوثا بنسبة (٤٫٩٪) ، وأخيرا بتعرف من الراديو قرارات الحكومة بنسبة (١٫٥٪) فقط من إجمالى أسباب عدم إمكانية الاستغناء عن الراديو .

وبالمثل . أظهر المبحوثون ميلا عاما لإقرار عدم إمكانية الاستغناء عن التليفزيون فى ردهم عن تساؤلنا : ياترى الواحد ممكن يستغنى عن التليفزيون ؟ ويوضح الجدول التالى نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

جدول رقم (٥٣)

راى القرويين فى إمكانية الاستغناء عن التليفزيون

الــــرأى	التكرار	٪
ممكن الاستغناء عنه	٨٧	١٧٫١
مش ممكن	٤١٢	٨٠٫٩
ممكن الاستغناء عنه لفترة	١٠	٢٫٠
إجمالــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن (٤١٢) مبحوثا بنسبة (٩ر٨٠٪) أقرت عدم إمكانية استغناء الفرد عن التليفزيون . فى حين أشار (٨٧) مبحوثا بنسبة (١ر١٧٪) فقط إلى إمكانية الاستغناء عن هذه الوسيلة الاتصالية . ونوهت نسبة لم تتجاوز (٢٪) بإمكانية الاستغناء عن التليفزيون لفترة .

وتظهر التحليلات الإحصائية عدم وجود علاقة بين المهنة أو الموقع الجغرافى والرأى فى مدى إمكانية الاستغناء عن التليفزيون ، وإن كانت قد أظهرت وجود علاقة دالة بين النوع وإمكانية هذا الاستغناء (كا^2 عند مستوى ٠٣٩ر٠) ، ويوضح الجدول التالى هذه العلاقة .

جدول رقم (٥٤)

العلاقة بين النوع وإمكانية الاستغناء عن التليفزيون

النوع / درجة الاستغناء	ذكور		إناث		إجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
ممكن	٦٨	١٨ر٢٠	١٩	٠٥ر١١	٨٧	٠١ر١٧
مش ممكن	٢٦٣	٠٤ر٧٨	١٤٩	٦٣ر٨٦	٤١٢	٩ر٨٠
ممكن الاستغناء	٦	٧٨ر١	٤	٣٢ر٢	١٠	٢ر
إجمالى	٣٣٧	١٠٠	١٧٢	١٠٠	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٥٤) الارتفاع النسبى الملحوظ فى استجابات الإناث بعدم الاستغناء عن التليفزيون بالمقارنة بالذكور . فلدى الإناث تصل نسبة عدم الاستغناء إلى (٦٣ر٨٦٪) فى مقابل (٤ر٧٨٪) لدى الذكور ، وإمكانية الاستغناء تصل لدى الإناث إلى (٠٥ر١١٪) ، وترتفع لدى الذكور لتصل إلى (١٨ر٢٠٪) ، مما يشير إلى أن الإناث أكثر تمسكا بالتليفزيون من الذكور .

ويكشف تعميق الحوار مع المبحوثين الذين أقروا بإمكان الاستغناء عن التليفزيون عن توافر العديد من الأسباب التى تكمن وراء هذا الإقرار . فبداية ، هو بيضيع الوقت ، ويلهى الناس عن شغلها (٢٦) مبحوثا بنسبة (٣ر٢٥٪) ، وهو كلام فاضى (٢٣) مبحوثا بنسبة (٣ر٢٢٪) ، وزينة فى البيت وخلاص بنسبة (٨ر٦٪) ، ولايهتم بمصالح وحاجات الناس فى القرية بنسبة (٨ر٤٪) من إجمالى أسباب الاستغناء عن التليفزيون .

وفى فئة أخرى تذكر فى هذا السؤال ، أشار (٤٢) مبحوثا بنسبة (٨ر٤٠٪) إلى أسباب أخرى بالغة الأهمية ، من المفيد حصرها تحديدا كما وردت على لسان المبحوثين : "التليفزيون يا أستاذ بيفسد النهارده أخلاق البنات ، فيه حاجات خارجة كثير والإنسان بيتحمل ذنوب كثيرة ، الواحد مش فاضى وماعندوش فكرة عن الكلام ده ، التليفزيون هو السبب فى فساد الدولة والناس ، لايوجد بالتليفزيون مايفيد ويتفق مع الشريعة ، مش قادر أجيب تليفزيون ، ماعنديش كهرباء ، الواحد لما يحتاج قرشين يبيع التليفزيون ويستغنى عنه خالص، الراديو بيسلى بدل التليفزيون ، اللى بيجى فى التليفزيون بيجى فى الراديو ، قبل التليفزيون كانت الناس مبسوطة وماحصلش أى حاجة ، لعدم التوجيه السليم ، ياعم تليفزيون إيه بلا قرف" إلى غيرها من الاستجابات التلقائية التى تشير إلى تنامى اتجاهات عدائية تجاه التليفزيون بين القرويين ، وذلك بسبب بعض ممارساته التى يعتبرونها خروجا عن المألوف والتقاليد والثقافة السائدة .

وفى المقابل أشار المبحوثون الذين أقروا بعدم إمكانية الاستغناء عن التليفزيون إلى العديد من الأسباب فى ذلك ، يأتى على رأسها ، كما أشرنا من قبل ، الجانب الترفيهى وتسلية الناس ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٥٥)

أسباب عدم استغناء القرويين عن التليفزيون

السبب	التكرار*	٪
بيسلى الناس	٢٥٢	٩ر٣٤
الناس بتعرف منه أحوال الدنيا	١٩٢	٦ر٢٦
الواحد بيتعلم منه حاجات كثير	١٦٧	٢ر٢٣
الناس بتعرف منه قرارات الحكومة	١٧	٤ر٢
بيعلم الواحد ازاى يتصرف صح	٣٢	٤ر٤
أخرى تذكر	٦١	٥ر٨
إجمالى	٧٢١	١٠٠

* يزيد عدد مفردات هذا الجدول عن العدد الفعلى ؛ لأن المبحوث الواحد كان يتاح له تحديد أكثر من سبب .

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (٥٥) ، فإن العامل الرئيسى وراء عدم إمكانية الاستغناء عن التليفزيون هو "تسلية الناس" . فقد ورد هذا العامل فى استجابات (٢٥٢) مبحوثا بنسبة (٩ر٣٤٪) ، ويلى ذلك ، تزويد التليفزيون للأفراد بالمعارف والأخبار حول مجريات الأحداث (١٩٢) مبحوثا بنسبة (٦ر٢٦٪)، ثم اكتشاف مهارات وممارسات من التليفزيون (١٦٧) مبحوثا بنسبة (٢ر٢٣٪) ، والمساعدة فى التصرف الصحيح (٣٢) مبحوثا بنسبة (٤ر٤٪) ، والإحاطة بقرارات الحكومة وممارسات النخبة السياسية (١٧) مبحوثا بنسبة (٤ر٢٪) من إجمالى الأسباب التى قدمها المبحوثون لعدم إمكانية الاستغناء عن التليفزيون .

وجدير بالتنويه هنا ، أن هذه المبررات التى قدمها المبحوثون حول أهمية التليفزيون ، تختلف عن تقييم هؤلاء المبحوثين أنفسهم للممارسات الفعلية للتليفزيون ، حيث تكشف الحوارات المتعمقة معهم ، وكما أشرنا من قبل ، عن

تنامى اتجاهات عدائية لدى القرويين تجاه هذه الوسيلة الاتصالية بسبب ماتقدمه أحيانا من مشاهد خليعة ، ويعتبرها البعض ضد الدين والقيم والتقاليد المتعارف عليها .

فإذا انتقلنا إلى الجرائد ، فإننا نجد اتجاها عاما مماثلا لتأكيد أهمية وجود الجرائد والاستفادة منها . فقد ردت الغالبية العظمى من المبحوثين الذين تتوافر لهم القدرة على القراءة بالإيجاب على تساؤلنا : ياترى هل فيه موضوعات فى الجرائد بتحس لما بتقرأها إنك استفدت منها ؟ ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٥٦)

درجة استفادة المبحوث من قراءة الجرائد

درجة الاستفادة	التكرار	٪
يستفيـــد	٢٦٣	٨٧ر٧
لا يستفيـــد	٣٥	١١ر٧
أخــــرى	٢	٦ر
إجمالـــى	٣٠٠	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن هناك (٢٦٣) مبحوثا بنسبة (٨٧ر٧٪) يشعرون عند قراءتهم للجريدة بأنهم يستفيدون منها ، حيث تزودهم - على حد تعليلهم - بالمعارف حول الأحداث السياسية ، وأخبار الحوادث ، والرياضة ، والأمور الدينية ، وبرامج الإذاعة والتليفزيون ، وأحوال الطقس ، والموضوعات الأدبية والفنية ... الخ . فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى عدم استفادته من قراءة الجريدة عن(١١ر٧٪) من إجمالى المبحوثين الذين أقروا بقراءتهم للصحف .

وقد كشف تعميق الحوار مع هؤلاء المبحوثين (٣٥) مبحوثا حول الجوانب التى لاتعجبهم فى الجرائد ، وسبب عدم استفادتهم منها ، عن عجز واضح لديهم

فى تحديد هذه الجوانب أو تلك الأسباب . ومال البعض منهم لترديد استجابة "مش عارف والله" ، "لايوجد" . فقد بلغت نسبة ترديد مثل هذه الاستجابات (١٨٪) و (٢٠٪) علـى الترتيب لكل استجابة بقرى محافظة المنوفية و (١٦٪) و (٤٤٪) بقرى محافظة المنيا . ومع ذلك ، فقد تمكن البعض الآخر من الإشارة إلى العديد من الأشياء التى لاتعجبهم فى الجرائد ومنها : "الأخبار المفبركة أو الكاذبة ، والمبالغة والتطويل ، وكثرة الإعلانات ، والوفيات ، والتركيز على أخبار الفنانين والفنانات ، ونشر الصور الخليعة والحظ والنجوم" ، حيث ينظرون إلى مثل هذه المضامين باعتبارها مضامين فارغة ، ولا طائل من ورائها ، على حد تعبير بعض المبحوثين .

وفى محاولة من جانب البحث لتعميق الحوار مع المبحوثين الذين أقروا باستفادتهم من قراءة الجرائد ، لتحديد أوجه هذه الاستفادة ، طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : تقدر تقولى بتستفاد من قراءتك للجريدة فى إيه عموما ؟ وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل ، الميل العام لدى المبحوثين لتأكيد الاستفادة الثقافية ، فهى وسيلة لمعرفة أحوال الدنيا ، وتنمية ثقافة الفرد ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٥٧)

نوعية استفادة المبحوثين من قراءة الجريدة

نوعية الاستفادة	التكرار*	٪
فى التسلية وتضييع الوقت	٤١	٩٫٣
فى معرفة أحـوال الدنيـا	٢٠٧	٤٧٫٠١
فى خلق موضوعات للحوار مع الناس	١٥	٣٫٤
فى معرفة الحقوق وقضاء المصالـح	٢٩	٦٫٦
فى اتخاذ القرار الصحيح	١٢	٢٫٧
الواحد بيثقف نفسـه	١٠٢	٢٣٫٢
أخـرى	٣٤	٧٫٧
إجمالـى	٤٤٠	١٠٠

* يزيد عدد مفردات هذا الجدول عن العدد الأصلى ؛ لأن المبحوث الواحد كان يتاح له اختيار أكثر من متغير .

وتشير بيانات الجدول رقم (٥٧) إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٠٧) مبحوثا بنسبة (١ر٤٧٪) ، أشار إلى استفادتهم من قراءة الجريدة فى معرفة أحوال الدنيا ومجريات الأمور فى المجتمع . ويلى ذلك دعم ثقافة الفرد وتزويده بالمعارف الجديدة (١٠٢) مبحوثا بنسبة (٢ر٢٣٪) ، ثم فى التسلية وتمضية الوقت (٤١) مبحوثا بنسبة (٣ر٩٪) ، وفى معرفة الحقوق وقضاء المصالح (٢٩) مبحوثا بنسبة (٦ر٦٪) ، وفى دعم قدرة الفرد على الاتصال والحوار مع الآخرين (١٥) مبحوثا بنسبة (٤ر٣٪) ، وأخيرا فى مساعدة الفرد على اتخاذ القرار الصحيح أو إبداء الرأى السليم (١٢) مبحوثا بنسبة (٧ر٢٪) فقط من إجمالى مجالات الاستفادة من قراءة الجريدة ، وهى كلها بيانات تؤكد تمسك المبحوثين بالصحف وعدم القدرة على الاستغناء عنها ، بصرف النظر عن درجة المصداقية التى يحظى بها مضمونها بين القرويين .

وفى محاولة من جانب البحث لمعاودة التثبت من فاعلية أجهزة الإعلام فى قرى البحث الأربع ، والوقوف على درجة اعتماد القرويين عليها قياسا على موضوع كان - ومايزال - يشغل بال القرويين والمصريين بعامة ، وهو موضوع السفر للعمل بالخارج ، طرحنا على المبحوثين السؤال التالى : الناس فى البلد هنا لما تحب تعرف حاجة عن موضوع زى السفر بره مثلا ياترى تعرف منين أكثر ؟ مع الحرص ، ضمانا لدقة التحديد ، على قراءة المتغيرات أمام المبحوث ، وطلب اختيار بديل واحد منها . وقد كشفت نتائج استجابات المبحوثين اللفظية عن هذا التساؤل عن تباين فعاليات أجهزة الإعلام فى هذا الموضوع . فعلى عكس موضوع تنظيم الأسرة السابق الإشارة إليه ، والذى حظى التليفزيون فيه بالمرتبة الأولى ، كانت الجرائد هنا هى الأكثر إفادة فى موضوع السفر للعمل بالخارج ، الأمر الذى يشير إلى تباين فعاليات أجهزة الإعلام فى المجتمع القروى بتباين طبيعة

الموضوعات . ويوضح الجدول رقم (٥٨) المصدر الأكثر إفادة للقرويين فى موضوع السفر للعمل بالخارج .

جدول رقم (٥٨)

المصدر الجماهيرى الأكثر إفادة للقرويين فى موضوع السفر

الـــرأى	التكرار	٪
من الراديـــــــــو	٤٣	٨ر٤٥
من التليفزيـــــــون	١١٣	٢٢ر٢٠
من الجرائـــــــــد	٢٠١	٣٩ر٤٩
هذه الوسائل لاتفيد فى هذا الموضوع هنا	١٥٢	٢٩ر٨٦
إجمالـــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٥٨) إلى أن الجرائد تعد المصدر الأكثر إفادة للقرويين فى الحصول على المعلومات حول موضوع السفر . فقد أشار إلى هذا المصدر (٢٠١) مبحوث بنسبة (٤٩ر٣٩٪) ، ونوهوا فى ذلك إلى ماتنشره الصحف من إعلانات عن فرص العمل بالخارج ، وأحوال المصريين فى البلاد العربية ..الخ. ومع ذلك ، فقد أشار (١٥٢) مبحوثا بنسبة (٨٦ر٢٩٪) إلى أن هذه الوسائل لاتفيد القرويين فى هذا الموضوع . فبداية ، وطبقا لتوضيحات المبحوثين، فإنهم يكتسبون المعلومات حول موضوع السفر أكثر من الأقارب أو الأصدقاء ممن سبق لهم السفر للعمل بالخارج ، أو من مكاتب السفريات المنتشرة بالمدن . كما أن إعلانات الجرائد غير مفيدة للغالبية من القرويين ، حيث إنها تفيد فقط أصحاب المؤهلات دون سواهم من العمالة الفلاحية أو الحرفية .

وفى المرتبة الثالثة ، وبفارق كبير بالمقارنة بالجرائد ، يأتى التليفزيون . فقد أشار إلى هذا المصدر (١١٣) مبحوثا بنسبة (٢٠ر٢٢٪) . ومع انخفاض هذه

النسبة ، إلا أنها تبدو غير دقيقة . وهى فى الواقع أقل من ذلك بكثير ، حيث يكشف تعميق الحوار مع هؤلاء الأفراد حول أسباب اختيارهم للتليفزيون عن تراجع قدرتهم عن تقديم تبرير مقنع لكيفية إفادة التليفزيون فى موضوع السفر ، واكتفوا بترديد استجابات من قبيل : "لأنه يعرض بالصوت والصورة ، ولأنه كويس" إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى اختلاط الأمور لدى المبحوث وعدم دقة اختياره .

وقد تدنت إلى أقصى حد درجة إفادة الراديو للقرويين فى موضوع السفر ، حيث لم يتجاوز عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى هذا المصدر عن (٤٣) مبحوثا بنسبة (٤٥ر٨٪) ، وأظهروا أيضا عدم القدرة على التبرير، حيث اكتفوا ، ردا على تساؤلنا ليه ؟ بترديد استجابة : "الراديو يابيه كويس ، أو معرفش ، وهى استجابات تسير فى اتجاه تدعيم حقيقة تضاؤل فاعلية أجهزة الإعلام الجماهيرى فى تزويد القرويين بالمعارف والمعلومات فى موضوع السفر للعمل بالخارج ، مع تميز نسبى لدور الصحف فى هذا المجال .

وقد تلاحظ وجود علاقة دالة بين المهنة ، والمصدر الجماهيرى الأكثر إفادة فى موضوع السفر (كا^{2} دالة عند مستوى ٠٥ر٠) ، حيث تزيد نسبة إشارة الموظفين والمهنيين إلى الصحف باعتبارها المصدر الأكثر إفادة فى موضوع السفر ، فتصل النسبة بينهم إلى (٥٥٪) و (٤٨٪) على الترتيب فى حين تنخفض هذه النسبة لدى فئات التجار والفلاحين والعمال لتصل إلى (٢٨٪) و (٣٨٪) (٣٩٪) على الترتيب ، وفى المقابل تزيد نسبة الإشارة إلى التليفزيون باعتباره المصدر الأكثر إفادة فى هذا الموضوع بين فئات الطلبة والعمال لتصل النسبة إلى (٤٦٪) و (٣٠٪) على الترتيب ، فى حين تنخفض نسبة هذه الإشارة بين فئات

الموظفين لتصل إلى (٤٪) والتجار إلى (٢١٪) وهكذا * .

فإذا تجاوزنا مصادر الاتصال الجماهيرى إلى فاعلية المصادر الشخصية المختلفة فى موضوع السفر ، فإننا نجد أن مكاتب السفريات تحظى بالمرتبة الأولى فى الوفاء برغبة المبحوثين فى التزود بالمعارف حول هذا الموضوع . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٥٩)

المصدر الشخصى الأكثر إفادة للقرويين فى موضوع السفر

المصدر الشخصى	التكرار	٪
من شيخ الجامـــع	٦	٢ر١
من العمـــــدة	٣	٦ر٠
من الطبيـــــب	–	–
من المهندس الزراعى	٢	٤ر٠
من المعـــارف	١٦٧	٨ر٣٢
من مكاتب السفريات	٢٩٨	٥ر٥٨
أخـــرى	٣٣	٥ر٦
إجمالـــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى الدور النشط الذى تلعبه مكاتب السفريات ، وكذا مصادر الاتصال الشخصى الطبيعى . فقد أشار إلى مكاتب السفريات (٢٩٨) مبحوثا بنسبة (٥ر٥٨٪) ، حيث عادة مايتردد القروى على هذه المكاتب للبحث عن فرصة عمل بالخارج ، أو لتسهيل إجراءات سفره ، أو ينزل مندوب من هذه المكاتب إلى القرى لتسفير العمالة ، وبالذات الفلاحية أو الحرفية . ويلى ذلك دور المعارف والأصدقاء من العاملين بالخارج ، أو الذين سبق لهم العمل بالخارج

* انظر بيانات الجدول رقم (٢٢) ملحق رقم (٢) .

بنسبة (٨ر٣٢٪) . وتدنى بعد ذلك دور بقية مصادر الاتصال الشخصى ، مثل شيخ الجامع أو العمدة أو المهندس الزراعى ، حيث تنخفض درجة مساهمتهم فى ترويج المعارف حول هذا الموضوع ، فلا تتجاوز نسبة (٢ر١٪) و (٦ر٠٪) و (٤ر٠٪) على الترتيب . واختفى تماما دور الطبيب الذى احتل من قبل المكانة الأولى بين مصادر الاتصال الشخصى فى موضوع تنظيم الأسرة ، الأمر الذى يشير إلى انتفاء وجود قائد الرأى الشمولى فى القرية ، وارتباط أدوار المصادر الشخصية المختلفة ، كما هو الحال مع أجهزة الاتصال الجماهيرى بطبيعة الموضوعات المطروحة .

وفى محاولة أخرى ، لمقارنة أداء وسائل الاتصال المختلفة (الجماهيرية والشخصية) فى مجتمع القرية قياسا على موضوع يتعلق بزراعة صنف معين ، طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : طيب ولو كانت حاجة بخصوص زراعة صنف معين ياترى تعرفها منين أكثر ؟ مع الحرص أيضا على تلاوة المتغيرات أمام المبحوث وطلب اختيار متغير واحد ، وذلك ضمانا لدقة التمييز . وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل عن التراجع الكبير فى وقع أجهزة الإعلام الجماهيرى فى ترويج المعلومات الزراعية فى مجتمع القرية ، وزيادة فاعلية دور الاتصال الشخصى بنوعيه (الرسمى والطبيعى) فى هذا المجال . ويوضح الجدول رقم (٦٠) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٦٠)

المصدر الاكثر إفادة للقرويين فى المجال الزراعى

المصدر	التكرار	٪
الراديـــو	١١	٢ر٢
التليفزيون	١٠٨	٢ر٢١
الجرائـــد	١	٢ر٠
المرشد الزراعى	١٤٣	١ر٢٨
الأهالـــــــى	٥٤	٦ر١٠
بتوع الجمعية الزراعية	١٨٧	٧ر٣٦
أخـــرى	٥	١ر٠
إجمالـــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن أعضاء الجمعية التعاونية الزراعية فى القرية هم المصدر الأكثر إفادة فى تلبية حاجة القرويين للمعلومات حول زراعة صنف معّين ، فقد أشار إلى هذا المصدر (١٨٧) مبحوثا بنسبة (٧ر٣٦٪) . ويلى ذلك المرشد الزراعى (١٤٣) مبحوث بنسبة (١ر٢٨٪) . وفى المرتبة الثالثة يأتى دور التليفزيون (١٠٨) مبحوث بنسبة (٢ر٢١٪) . وتدنى إلى أقصى حد درجة اعتماد القرويين فى تلبية هذه الحاجة على الراديو ، أو الجرائد ، حيث لم تتجاوز نسبة الإشارة إليهما (٢ر٢٪) و (٢ر٠٪) على الترتيب ، ولا تشير التحليلات الإحصائية إلى وجود أية علاقة ذات دلالة بين الخصائص النوعية أو المهنية أو الجغرافية ، والمصدر الأكثر إفادة وترويجا للمعلومات الزراعية .

وقد اتجه البحث فى محاولة أخيرة لتحديد الوسيلة الجماهيرية الأكثر فاعلية فى مجتمع القرية ، قياسا على تصورات المبحوثين لمدى تعبير كل منها أكثر عن مشاكل الناس . وطرحنا على المبحوثين صيغة السؤال الآتى : إنهو فى الحاجات اللى حقولك عليها بيعبر عن مشاكل الناس أكثر ، وإنهو مبيعبرش خالص ؟ الصحف ،

الراديو ، التليفزيون ؟ ويوضح الجدول رقم (٦١) نتائج استجابات المبحوثين على هذا التساؤل .

جدول رقم (٦١)

الوسيلة الجماهيرية الاكثر تعبيرا عن مشاكل الناس

الوسيلة / درجة التعبير	الصحف		الراديو		التليفزيون	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
تعبر عن مشاكل الناس	٢٢٦	٤٦ر٥	٢٧٠	٥٣ر٤	٤٠٣	٧٩ر٣
مش دايما	١٤٠	٢٨ر٨	١٨٠	٣٥ر٦	٧١	١٤ر٠
لاتعبر	١٢٠	٢٤ر٧	٥٦	١١ر٠	٣٤	٦ر٧
إجمالي	٤٨٦	١٠٠	٥٠٦	١٠٠	٥٠٨	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٤٠٣) مبحوث بنسبة (٧٩ر٣٪) يرى أن التليفزيون يعبر عن مشاكل الناس أكثر ، فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى "مش دايما" ، أو أنه لايعبر عن مشاكل الناس عن (١٤٪) و (٦ر٧٪) على الترتيب لكل استجابة . فإذا انتقلنا إلى الراديو ، فإننا نجد انخفاضا ملحوظا فى نسبة الإقرار بأنه يعبر عن مشاكل الناس أكثر بالمقارنة بالتليفزيون ، ومع ذلك تظل النسبة الغالبة من المبحوثين تشير إلى أنه يعبر عن مشاكل الناس (٢٧٠) مبحوثا بنسبة (٥٣ر٤٪) . ويلى ذلك نسبة الاستجابات التى تشير إلى أن الراديو "مش دايما" بيعبر عن مشاكل الناس (٣٥ر٦٪) ، وأخيرا نسبة الاستجابات التى ترى أن الراديو لايعبر عن مشاكل الناس (١١٪) من إجمالى المبحوثين .

ولا يختلف الأمر على مستوى الصحف ، حيث يظل الجانب الأكبر من المبحوثين يرى أن الصحف بتعبر عن مشاكل الناس (٢٢٦) مبحوثا بنسبة

(٥ر٤٦٪) ، ويلى ذلك نسبة الاستجابات التى تشير إلى أنها "مش دايما" بتعبر عن مشاكل الناس (١٤٠) مبحوثا بنسبة (٨ر٢٨٪) ، وأخيرا نسبة الاستجابات التى ترى أنها لاتعبر عن مشاكل الناس (٧ر٢٤٪) من إجمالى المبحوثين الذين يتعرضون للصحف .

وفى محاولة لإعادة التثبت من دقة البيانات المعروضة آنفا حول مدى تعبير وسائل الاتصال الجماهيرى الثلاث عن مشاكل الناس ، طرحنا على المبحوثين السؤال المفتوح التالى : تقدر تقولى إيه المشاكل المهمة اللى الراديو ، والتليفزيون ، والصحف ماتكلمتش عنها ؟ ومرة أخرى ، مال الجانب الأكبر من المبحوثين بقرى البحث الأربع إلى ترديد استجابة "مافيش" (١٦١) مبحوثا بنسبة (٣١ر٦٣٪) ، واتجه (٧٢) مبحوثا بنسبة (١٥ر١٤٪) إلى السلبية "مش عارف" . فإذا تجاوزنا مثل تلك الاستجابات ، فإننا نجد عددا غير قليل من المبحوثين (١٠٢) مبحوث بنسبة (٨٦ر٢٩٪) ، يرى أن هذه الوسائل لا تتحدث عن غلاء الأسعار ، والمشاكل التعليمية والاجتماعية والسلوكية ، على حد تعبير هؤلاء المبحوثين . ويلى ذلك تجاهلها الحديث عن ممارسات الكبار وفساد المسئولين ، بنسبة (٤٥ر٨٪) ، ثم البطالة بنسبة (٥ر٥٪) ، وإهمال مشاكل الفلاحين بنسبة (٣١ر٥٪) ، وأخبار البيئة والكوارث بنسبة (٣٢ر٤٪) ، وعدم ذكر الحقيقة بنسبة (٧٨ر٠٪) فقط من إجمالى استجابات المبحوثين حول المشاكل المهمة التى لم تتحدث عنها وسائل الإعلام الجماهيرية الثلاث .

وواضح من استعراض مثل هذه الاستجابات ، عدم قدرة الجانب الأكبر من المبحوثين على الحوار وإبداء الرأى أو التقييم ، مما يكشف من ناحية عن ضعف ارتباطهم أصلا بمضامين الوسائل الجماهيرية الثلاث ، ومن ناحية أخرى إلى شكلية وعدم دقة استجاباتهم اللفظية السابقة حول درجة تعبير هذه الوسائل عن

مشاكل الناس . ويدعم صحة هذا الاستنتاج نتائج الحوار مع المبحوثين حول السؤال الآتى : ياترى فى نظرك ازاى ممكن الصحف ، والراديو ، والتليفزيون تعبر عن مشاكل الناس هنا ؟ حيث مال الجانب الأكبر من المبحوثين ، وعلى خلاف حديثهم السابق ، وإقرارهم بتعبير الوسائل الجماهيرية الثلاث عن مشاكل الناس ، بالدعوة إلى نزولها إلى الناس فى القرية ، والاهتمام أكثر بالريف ومشاكله . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٦٢)

تصور القرويين لكيفية تعبير وسائل الإعلام الجماهيرى عن مشاكلهم

التصـــور	التكرار*	٪
بالنزول إلى الناس هنا فى القريـــة	٢٨٩	٤٣٫٣
بالاهتمام أكـثر بالريـــف ومشاكلـــه	١٤٥	٢١٫٧
بتنظيم برامـــج معينـــة للريـــف	٦٤	٩٫٦٠
بعقد الندوات واللقاءات وإجراء الأبحاث	٤٧	٧٫١
مش عـــارف	٨٠	١٢٫٠
أخـــرى	٤٢	٦٫٣
إجمالـــى	٦٦٧	١٠٠

* يزيد عدد متغيرات هذا الجدول عن عدد العينة ؛ لأن المبحوث الواحد كان يتاح له إبداء أكثر من تصور .

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (٦٢) فإن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٨٩) مبحوثا بنسبة (٤٣٫٣٪) ، يدعون إلى نزول وسائل الإعلام الثلاث إلى القرية ؛ للتعرف على مشاكلها ، وعدم الاكتفاء بالجلوس على المكاتب والكتابة عنها ، وهو أمر يكشف التناقض بين إقرار الغالبية من المبحوثين بأن هذه الوسائل بتعبر عن مشاكل الناس ، وبين دعوتهم هنا إلى نزولها إلى القرية للتعبير عن مشاكلهم . ويدعم (١٤٥) مبحوثا آخرين بنسبة (٢١٫٧٪) هذا المنحى ،

ويطالبون بالاهتمام أكثر بالريف ومشاكله ، الأمر الذى يشير إلى عمق الإحساس لدى هؤلاء الأفراد بانفصال مضمون الراديو والجرائد والتليفزيون عن واقع مشاكلهم الفعلية . وبخلاف ذلك ، قدم المبحوثون تصورات أخرى لتعبير الوسائل الثلاث عن مشاكل القرية ، مثل تنظيم حملات وبرامج معينة للريف بنسبة (٦ر٩٪)، وعقد ندوات ولقاءات وإجراء بحوث بنسبة (١ر٧٪) ، ومال (٨٠) مبحوثا بنسبة (١٢٪) إلى السلبية "مش عارف" ، ربما بسبب ضعف علاقتهم الفعلية بوسائل الإعلام ، أو تراجع قدرتهم على الحوار وإبداء الرأى .

ثالثا : التأثيرات القيمية لأجهزة الإعلام فى القرية المصرية

من المؤكد أن تحليلا متعمقا للتأثيرات القيمية لأجهزة الإعلام فى مجتمع القرية ، لن يتسنى بدون مقارنة نتائج تحليل المضامين الإعلامية الموجهة عبر وسائل الإعلام إلى الريف ، وماتحمله من تصورات وأفكار حول مجموعة القيم المعنية بالبحث ، بما هو متوفر لدى الأفراد من تصورات وأفكار حول ذات القيم ، وكذا مراقبة تصرفاتهم فى مجرى الحياة اليومية . ولقد سعت الدراسة فى تقرير سابق* إلى استعراض ماهو مطروح عبر مختلف وسائل الإعلام من أفكار وتصورات حول مجموعة من القيم التى شهدت تغيرات ملحوظة فى السنوات الأخيرة ، وهى قيم : الأرض ، والعمل ، والتعليم ، والتعاون ، والادخار ، والتضامن الأسرى . كما سعت مستويات أخرى من بحث مستقبل القرية المصرية لدراسة هذه القيم على أرض الواقع ، وتحليل مركزها على سلم القيم فى المجتمع الريفى وما طرأ عليها من تغيرات . ونحاول هنا ، وحتى تكتمل

* راجع تقرير تحليل مضمون المواد الريفية المثارة عبر وسائل الإعلام المختلفة ، فى إطار بحث بناء الاتصال فى القرية المصرية ، قسم بحوث الاتصال الجماهيرى .

الصورة ، وتسهل المقارنة ، فيما بعد أن نقف على وقع عمليات أجهزة الإعلام حول القيم السبع هـذه ، وطبيعة تصورات الأفراد عينة البحث لما تروجه وسائل الإعلام حولها .

وقد بدأ الحوار مع المبحوثين فى هذا الجانب بطرح السؤال المفتوح الآتى : ياترى الراديو ، والتليفزيون ، والجرائد بتقول إيه عن الأرض الزراعية ؟ وتكشف استجابات المبحوثين عن هذا التساؤل عن محدودية التصورات المتوفرة لدى المبحوثين حول المضامين التى تثيرها أجهزة الإعلام فى هذا المجال ، والميل العام لترديد ألفاظ محدودة وعامة فى الأساس ، مما يوحى بضعف تأثيرات أجهزة الإعلام فى هذا المجال ، ربما بسبب ضآلة الاهتمام بهذا الموضوع من جانب هذه الأجهزة أصلا، ويوضح الجدول رقم (٦٣) كميا نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا السؤال .

جدول رقم (٦٣)

تصورات القرويين لمضامين اجهزة الإعلام حول قيمة الأرض الزراعية

التصـــور	التكرار	٪
بتتكلم على الأرض والكيماوى فـــى الزراعـــة	٢٤٥	٤٨ر١٣
بتقول بدل السفر اخدم الأرض تعطيك محصول وعدم التجريف أو التـــعدى علـــى الأرض	٢٣٣	٤٥ر١٨
بتنشر إعلانات وفيـه برنامـــج ســر الأرض	١٧	٣ر٣٤
لا أعـــرف	١٤	٢ر٧٥
إجمالـــى	٥٠٩	١٠٠

وكما هو واضح من الاستجابات ، فإن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٤٥) مبحوثا بنسبة (٤٨ر١٣٪) ترى أن الراديو والتليفزيون والجرائد ، عندما تتناول موضوع الأرض الزراعية ، فإنها تتحدث عن الأرض والكيماوى (المبيدات

والسماد) والزراعة دون قدرة على تحديد طبيعة وتوجهات هذا الحديث ، الأمر الذى يؤكد – كما أشرنا – ضعف التأثيرات التى تتركها عمليات أجهزة الإعلام فى هذا المجال . ومع ذلك ، فقد أشار (٢٣٣) مبحوثا بنسبة (١٨ر٤٥٪) إلى أنها تشجع على عدم السفر والبقاء لخدمة الأرض الزراعية ، وهو موقف قيمى مهم تروج له أجهزة الإعلام ، أو على الأقل ، هذا هو الموجود فى تصورات الأفراد عن عملياتها فى هذا المجال ، وذلك بصرف النظر عن مدى تبنى أو عدم تبنى هذا الموقف . وفضلا عن حث هذه الوسائل على التمسك بالأرض وعدم السفر ، فإنها تدعوا أيضا إلى عدم التعدى على الأرض الزراعية سواء بالتجريف أو التبوير ، أو البناء على الأرض الزراعية ، وهو التعدى الذى اتسع نطاقه فى السنوات الأخيرة ، ويستقطع سنويا جانبا كبيرا من أجود الأراضى الزراعية ، وبطريقة تهدد الأمن الغذائى للبلاد .

وبخلاف التوجيه بالبقاء فى الأرض والمحافظة عليها من التعدى ، سارت بقية الاستجابات فى اتجاه عدم المعرفة بما يطرح من تصورات عبر أجهزة الإعلام فى هذا المجال ، "مش عارف" (١٤) مبحوثا بنسبة (٧٥ر٢٪) أو الاكتفاء بالقول "بتنشر إعلانات وبتجيب برنامج سر الأرض" (١٧) مبحوثا بنسبة (٣٤ر٣٪) ، وهى استجابات تؤكد ماسبق الإشارة إليه حول محدودية قدرة أصحابها على الحوار أو التذكر ، وضعف ارتباطهم بأجهزة الإعلام ، أو على الأقل ضعف تأثيراتها على تصوراتهم حول الأرض الزراعية .

فإذا تجاوزنا قيمة الأرض الزراعية ، إلى قيمة الهجرة ، وهى القيمة التى أصبحت فى الحقب الأخيرة تحتل مركزا متقدما للغاية على سلم أولويات القيم فى القرية المصرية ، وباعتبار أن الهجرة المؤقتة للعمل بالخارج تعد الحلم والمخرج الوحيد أمام العديد من القرويين لحل المشكلات التى يواجهونها ، وتحقيق حراك

اجتماعى ملموس فى مجتمع القرية ، فإننا نجد تصورات متباينة ومتناقضة لدى المبحوثين أفراد العينة حول ماتثيره أجهزة الإعلام فى هذا الموضوع ، وربما جاء ذلك امتدادا لتناقض المضامين الإعلامية المطروحة حول موضوع الهجرة للعمل بالخارج ، وتفاوتها بين التشجيع على السفر باعتباره الحل الوحيد لمشكلات الشباب ، والحصول على العملات الصعبة لدعم ميزان المدفوعات ، وبين الحث - كما أشرنا من قبل - على البقاء فى البلد وزراعة الصحراء ، أو إرجاع أسباب ضعف الإنتاج وتفاقم المشكلات الداخلية إلى عدم الانتماء والرغبة العارمة المسيطرة على الجميع لترك البلد والعمل بالخارج ، وهى كلها مضامين ملموسة تروج لها أجهزة الإعلام ، وتنعكس بوضوح على استجابات المبحوثين أفراد عينة البحث على النحو الذى يظهره الجدول رقم (٦٤) .

جدول رقم (٦٤)

تصور القرويين لمضامين اجهزة الإعلام حول قيمة الهجرة

التصـــــور	التكرار	٪
لا تشجع على السفر وبلدهم أولى	٢٤٥	٤٨ر١٣
تشجع على السفر	١٦٦	٣٢ر٦٢
لا يعـــــــــرف	٥٣	١٠ر٤١
لا تتناول هذا الموضوع	٤٥	٨ر٨٤
إجمالـــــــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن هناك (٢٤٥) مبحوثا بنسبة (٤٨ر١٣٪) يرون أن وسائل الإعلام لاتشجع على السفر ، وأن السفر له مخاطره ، وتحث الأفراد على البقاء وزراعة الأرض وتعمير الصحراء . وفى المقابل ، فإن هناك (١٦٦) مبحوثا بنسبة (٣٢ر٦٢٪) يرون عكس ذلك ، ويؤكدون أن أجهزة الإعلام تشجع الأفراد على السفر والهجرة للعمل بالخارج لتحسين الدخل ، وحل المشكلات

المادية . وأشار (٩٨) مبحوثا بنسبة (٢٥ر١٩٪) إما إلى أنه لايعرف ماتقوله أجهزة الإعلام فى هذا المجال ، أو أن هذه الأجهزة لا تتناول فى رأيه هذا الموضوع على الإطلاق ، وهو أمر سبق تفسيره بضعف قدرة هؤلاء الأفراد على الحوار ، ومحدودية التأثيرات التى تتركها أجهزة الإعلام عليهم فى هذا المجال .

ومن المؤكد أن تناقض مواقف أجهزة الإعلام حول موضوع الهجرة وانعكاس هذا التناقض لدى الأفراد - على النحو المشار إليه - أمر له سلبياته ومخاطره على برامج التنمية ومحاولات الإصلاح فى المجتمع ، وأن الأمر فى حاجة إلى وضوح رؤيا ، وموقف سياسى واضح فى هذا المجال هل تشجع أجهزة الإعلام الأفراد ، وبالذات الشباب على السفر والعمل بالخارج ، أم تحثهم على البقاء والمساهمة فى تعمير مجتمعهم ؟

وحول قيمة العمل ، طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : ياترى الراديو والتليفزيون والجرائد لما بيتكلموا عن العمل وشغل الناس النهاردة بيقولوا إيه ؟ ويكشف الجدول رقم (٦٥) عن نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

جدول رقم (٦٥)

تصور القرويين لمضامين اجهزة الإعلام حول قيمة العمل

التصـــــور	التكرار*	٪
بتحبب الناس فى العمل	٢٥٤	٣٤ر٨
بتشجع الناس على العمل فى أى مهنة	١٣٨	١٩ر٠
لا تناقش الموضوع ده	٥٥	٧ر٥
بتتحدث عن البطالة بين الشباب	٩٠	١٢ر٣
بتتحدث عن تراخى الناس فى العمل وكسلها	٢٣	٣ر٢
بتحث الشباب على العمل وتعمير الصحراء	٦٩	٩ر٤
بتعلن عن الوظائف الخالية	٢٧	٣ر٧
أخـــــرى	٧٤	١٠ر١
إجمالـــــى	٧٣٠	١٠٠

* يزيد عدد مفردات هذا الجدول عن عدد العينة الأصلية ؛ لأن المبحوث الواحد كان يتاح له ترديد أكثر من تصور .

وتظهر بيانات الجدول رقم (٦٥) تعدد التصورات التى تثيرها أجهزة الإعلام حول قيمة العمل ، بتعدد مجالات هذه القيمة ، ولكن معظمها تصورات إيجابية تسير فى اتجاه دعم قيمة العمل ، فقد أشار (٢٥٤) مبحوثا بنسبة (٨ر٣٤٪) إلى أن وسائل الإعلام تحث الناس على العمل . وأوضح (١٣٨) مبحوثا بنسبة (١٩٪) أنها تشجع الأفراد على العمل فى أى مهنة ، فكل عمل شريف ، ولاداعى لانتظار الوظيفة الحكومية ، وأكد (٩٠) مبحوثا بنسبة (٣ر١٢٪) أن أجهزة الإعلام بتتحدث عن البطالة بين الشباب ، وأشار (٦٩) مبحوثا بنسبة (٠٤ر٩٪) أن هذه الأجهزة ، تحث الشباب على استصلاح الأراضى وتعمير الصحراء ، كما أنها فى تصور (٢٧) مبحوثا بنسبة (٧ر٣٪) بتعلن عن الوظائف الخالية .. ولم تتجاوز نسبة التصورات السلبية التى تشير إلى أن أجهزة الإعلام بتتحدث عن تراخى الناس فى العمل أو كسلها ، والتسيب وعدم الجدية ، أو أن هذه الأجهزة لا تتحدث إطلاقا فى هذا الموضوع عن (٢ر٣٪) و (٥ر٧٪) على الترتيب من إجمالى التصورات المتوفرة لدى أفراد عينة البحث حول مضامين أجهزة الإعلام بخصوص قيمة العمل ، وهى كلها بيانات تؤكد أهمية دعم عمليات أجهزة الإعلام فى هذا المجال ، بتقديم المثل والنموذج والقدوة فى الحرص على العمل والانضباط والمحافظة على الوقت ... الخ .

فإذا انتقلنا إلى قيمة التعليم ، فإننا نجد أن هذه القيمة كانت ، ومازال ، تعد قيمة محورية فى حياة القرويين ، باعتبار أن التعليم هو أداة الحراك الاجتماعى من ناحية ، ووسيلة لاكتساب المكانة الاجتماعية فى مجتمع القرية . ومن هنا ، نجد استمرارية الحرص البالغ من جانب القرويين على تعليم أبنائهم ، بل والتنازل عن بعض الأرض بالبيع فى مقابل توفير نفقات التعليم للأبناء حتى على الرغم من انخفاض العائد المادى من الشهادات أو الوظيفة الحكومية ، أو

انتشار البطالة بين شباب المتعلمين ، حيث لاتزال النظرة الثقافية ، وليست النظرة المادية هي المسيطرة لدى القرويين حول التعليم .

وحول موقف أجهزة الإعلام من التعليم ، طرحنا على المبحوثين السؤال الآتي : ياترى الراديو والتليفزيون والجرائد لما بتتكلم عن التعليم بتقول إيه ؟ وتشير استجابات المبحوثين اللفظية لهذا التساؤل إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين ، ربما بسبب الحرص الذاتي لديهم على التعليم وتمسكهم بهذه القيمة ، مال إلى تأكيد تشجيع هذه الأجهزة على التعليم ، ويوضح الجدول رقم (٦٦) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٦٦)

تصور القرويين لما تطرحه أجهزة الإعلام حول قيمة التعليم

التصـــور	التكرار*	٪
بتحث على التعليم	٣٦٤	٤٥ر٤
بتهمل الموضوع ده	١٧	٢ر١
بتتكلم عن مشاكل التعليم والدروس الخصوصية	٩٣	١١ر٦
بتعطى دروس للطلبة فى الراديو والتليفزيـــون	١٣٧	١٧ر٢
كلام غير موضوعى أو واقعى	١٠	١ر٢
بتعرف الطلبة ازاى يذاكروا ويهتموا بدروسهـــم	٤٤	٥ر٥
بتقول للناس سياسة الحكومة فـــى التعليـــم	٢٠	٢ر٥
الشهادات ماعدش لها لزمة	١٢	١ر٥
التعليم الفنـــى أحســـن	٣٢	٤ر٠
مـــش عـــــــارف	١٦	٢ر٠
أخـــــرى	٥٦	٧ر٠
إجمالـــــى	٨٠١	١٠٠

* يزيد عدد مفردات هذا الجدول عن عدد العينة ؛ لأن المبحوث الواحد كان يتاح له اختيار أكثر من تصور .

وتشير بيانات الجدول رقم (٦٦) إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين

(٣٦٤) مبحوثا بنسبة (٤ر٥٤٪) لديها احساس أو تصور بأن أجهزة الإعلام بتحث الأفراد على التعليم . كما أشار (١٣٧) مبحوثا بنسبة (٢ر١٧٪) إلى أنها تساهم فى التعليم بإعطاء دروس للطلبة فى الراديو والتليفزيون . وفى تصور (٩٣) مبحوثا بنسبة (٦ر١١٪) بتتحدث عن مشاكل التعليم ، وبالذات مشاكل الدروس الخصوصية ، وتعليم الطلبة كيفية المذاكرة السليمة والاهتمام بدروسهم بنسبة (٥ر٥٪) . وأوضح (٣٢) مبحوثا بنسبة (٤٪) أنها تشجع على التعليم الفنى بدلا من التعليم العام ، وباعتباره الأكثر ربحية وإتاحة لفرص العمل . وتدنت بعد ذلك بقية الاستجابات من قبيل : "بتشرح سياسة الحكومة فى التعليم (٥ر٢٪) ، أو بتهمل الموضوع ده (١ر٢٪) ، أو أنها بتتحدث بلا موضوعية أو دقة فى موضوع التعليم (٢ر١٪) فقط من إجمالى تصورات المبحوثين حول المضامين المطروحة حول التعليم عبر أجهزة الإعلام .

وكان من اللافت للنظر فى استجابات المبحوثين اللفظية فى هذا المجال ، هو تضاؤل نسبة الاستجابات التى تشير إلى تحقير أجهزة الإعلام للشهادات (١٢) مبحوثا فقط بنسبة (٢ر١٪) من إجمالى التكرارات ، وذلك رغم الميل العام لأجهزة الإعلام للترويج لهذا المنحى منذ حقبة الانفتاح ، والذى كشفت عنه دراسات عدة ، وحيث تسود الرؤية المادية للتعليم عبر أجهزة الإعلام . فالشهادات لم يعد لها قيمة ، والعمل اليدوى أو الحرفى أصبح يدر دخلا كبيرا إلى غيرها من التصورات الملموسة فى ممارسات أجهزة الإعلام فى هذا المجال . وربما يعود انخفاض نسبة هذه التصورات إلى الرغبة العارمة لدى المبحوثين للتمسك بالتعليم ، وبالتالى ميلهم العام للتعبير عن هذه الرغبة فى استجاباتهم اللفظية ، أو ربما يعود ذلك إلى ضعف ارتباط المبحوثين بأجهزة الإعلام ومحدودية تأثرهم بمضامينها فى هذا المجال .

فإذا تجاوزنا قيمة التعليم إلى قيمة التعاون ، وهى قيمة محورية أيضا يحث عليها الدين وتقدرها الثقافة العربية . فإننا نجد المنحى العام لدى المبحوثين لتأكيد اتجاه المضامين الإعلامية المثارة عبر أجهزة الإعلام حول هذه القيمة لدعوة الناس إلى التعاون والمحبة . ويوضح الجدول رقم (٦٧) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٦٧)

تصور القرويين لاتجاهات المضامين الإعلامية حول قيمة التعاون

التصور	التكرار*	٪
بتحث الناس على التعاون والمحبة	٤٣٠	٨٢٫٥
لا تشجع على التعاون	٢٠	٣٫٨
لا تتعرض للموضوع ده	٣٨	٧٫٣
لا أعرف	١٦	٣٫١
أخرى تذكر	١٧	٣٫٣
إجمالى	٥٢١	١٠٠

* يزيد عدد مفردات هذا الجدول عن عدد العينة الأصلية حيث كان المبحوث الواحد يتاح له ترديد أكثر من تصور .

وتشير بيانات الجدول إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٤٣٠) مبحوثا بنسبة (٨٢٫٥٪) يرون أن أجهزة الإعلام المختلفة تحث الناس على التعاون والمحبة ، فى حين لم يتجاوز عدد من أشار إلى أنها لاتشجع على التعاون عن (٢٠) مبحوثا بنسبة (٣٫٨٪) من إجمالى تكرارات أفراد العينة . وأوضح (٣٨) مبحوثا بنسبة (٧٫٣٪) أنها لاتتعرض لهذا الموضوع ، أو على الأقل لم تترك تأثيرات على تصوراتهم فى هذا المجال . ومال (١٦) مبحوثا بنسبة (٣٫١٪) إلى السلبية ورددوا عبارة "مش عارف" .

وحول قيمة الادخار ، وهى إحدى القيم التى شهدت تراجعا ملحوظا فى

السنوات الأخيرة فى إطار تزايد النزعة الاستهلاكية التى صاحبت تطبيق سياسات الانفتاح والهجرة الخارجية ، طرحنا على المبحوثين السؤال المفتوح الآتى : وبيقول إيه الراديو والتليفزيون والصحف عن الادخار؟ .

وتشير استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل إلى أن أجهزة الإعلام تترك انطباعا لدى الأفراد حول هذه القيمة يميل إلى تشجيع الادخار واستثمار الأموال فى البنوك ودفاتر التوفير بمكاتب البريد ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة :

جدول رقم (٦٨)

تصور القرويين لتوجهات المضامين الإعلامية حول قيمة الادخار

التصـــور	التكرار	٪
بتقول الادخار كويس وبتشجع عليه	٢٤٣	٤٧ر٧٣
استثمار الفلوس فى البنك أو دفتر التوفير أضمن	١٢٢	٢٣ر٩٧
لا أعـــــــرف	٥٢	١٠ر٢٢
لاتتحدث عن الادخار	٥٢	١٠ر٢٢
بتناقش فوائد البنوك حلال أم حرام	٢٠	٣ر٩٣
هيه الناس معها فلوس علشان تدخر	٢٠	٣ر٩٣
إجمالـــــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٤٣) مبحوثا بنسبة (٤٧ر٧٣٪) يرى أن المضامين الإعلامية المثارة عبر مختلف أجهزة الإعلام (الراديو ، التليفزيون ، الصحف) تتجه لدعم قيمة الادخار وتشجع عليه ، كما أشار (١٢٢) مبحوثا بنسبة (٢٣ر٩٧٪) إلى أن هذه المضامين تدعو الأفراد لاستثمار أموالهم فى البنوك أو مكاتب البريد ، باعتبار أنها الأكثر ضمانا ، كما أنها – أى أجهزة الإعلام – تناقش قضية فوائد البنوك هل هى حلال أم حرام

(٢٠) مبحوثا بنسبة (٩٣ر٣٪) . وفى المقابل ، مال (١٢٤) مبحوثا بنسبة (٣٧ر٢٤) لترديد استجابات سلبية تتفاوت بين "لا أعرف" أو "لا تتحدث أجهزة الإعلام عن الادخار" بنسبة (٢٢ر١٠٪) لكل منهما ، وبين نفى وجود نقود زائدة عن الحاجة مع الأفراد لكى يدخرها بنسبة (٩٣ر٣٪) من إجمالى استجابات المبحوثين أفراد العينة حول قيمة الادخار . والملاحظ - هنا - هو اختفاء إشارات المبحوثين إلى تلك المضامين التى تشجع على الاستهلاك والبذخ فى الإنفاق ، وبالذات الإعلانات التجارية التى يتعرض لها غالبية المبحوثين على النحو الذى أشرنا إليه من قبل ، وربما يعود ذلك إلى الميل العام لدى المبحوثين للرد بإيجابية ، أو لعلها تراجع القدرة النقدية أو التحليلية لدى العديد من أفراد عينة البحث ، الذين يغلب عليهم التعرض السلبى للمضامين الإعلامية ، وهو المسلك الذى يختفى فى إطاره التفاعل الوجدانى أو الفهم المتعمق لهذه المضامين ، والاكتفاء بالمشاهدة أو الاستماع دون تدقيق أو استيعاب لكل ماهو معروف عبر وسائل الإعلام .

فإذا انتقلنا إلى قيمة التضامن العائلى ، وهى إحدى القيم التى تعرضت لتأثيرات كبيرة فى السنوات الأخيرة فى إطار شيوع العلاقات المادية وإعلاء شأن المادة وتفكك العائلات إلى أسر ، بحيث أصبحت الأسرة النووية ، وليست الأسرة الممتدة ، هى النمط الغالب حاليا فى القرية المصرية ، فإننا نجد الميل العام للمبحوثين ، ربما بسبب النزعة الأخلاقية أو الدينية (الحقيقية أو المظهرية) لديهم ، أو ربما بسبب عدم القدرة على الحوار وإبداء الرأى والميل للتعبير عما ينبغى أن يكون ، يتجه ناحية تأكيد تشجيع أجهزة الإعلام على صلة الرحم والمودة والاحترام المتبادل بين أعضاء الأسرة الواحدة . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٦٩)

تصور القرويين لتوجهات المضامين الإعلامية حول قيمة التضامن العائلى

التصـــــور	التكرار	٪
بتؤكد على صلة الرحم والمــــــودة	٣٨٥	٧٥ر٦٤
بتقول المشاكل لا تأتى إلا من القرايب	٨١	٩١ر١٥
كل واحد لازم يكـــون فـى حـــاله	٢٣	٥٢ر٤
لا أعـــرف	٢٠	٩٣ر٣
إجمالـــــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن (٣٨٥) مبحوثا بنسبة (٧٥ر٦٤٪) يرون أن مضامين أجهزة الإعلام تؤكد على صلة الرحم ، والمودة أو الاحترام . ومع ذلك ، فإن هناك (٨١) مبحوثا بنسبة (٩١ر١٥٪) يرون أن ماينشر عبر وسائل الإعلام يسير فى اتجاه تأكيد أن المشاكل لا تأتى إلا من القرايب ، وبالتالى فهى تترك تأثيرات سلبية على مركز قيمة التضامن العائلى فى نفوس الأفراد . وفى نفس الاتجاه أضاف (٢٣) مبحوثا بنسبة (٥٢ر٤٪) أن وسائل الإعلام تشجع على الفردية ، وأن ينصرف كل فرد إلى حال سبيله . ومال (٢٠) مبحوثا بنسبة (٩٣ر٣٪) إلى السلبية وترديد استجابة "مش عارف" ، وهى الاستجابة التى توحى بمحدودية قدرة المبحوث على الحوار ، أو الخوف منه ، أو ضعف تأثيرات أجهزة الإعلام على هؤلاء المبحوثين .

وبجانب محاولة الوقوف على التصورات القيمية لما تروجه أجهزة الإعلام لدى الأفراد عينة البحث ، فقد اتجه البحث للتعرف على تصورات المبحوثين للطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية . وطرحنا عليهم السؤال التالى: وإيه رأيك فى الطريقة اللى بيتكلموا بها عن القرية ؟ ويكشف الجدول رقم (٧٠) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية لهذا التساؤل .

جدول رقم (٧٠)

تصور القرويين للطريقة التى يتحدث بها الإعلام عن مجتمع القرية

التصــــور	التكرار	٪
كويسة	٣٧٧	٧ر٧٤
مش كويسة ومبالغة	١٢٣	١٦ر٢٤
لا أعرف	٩	٧٧ر١
إجمالــــى	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٧٠) أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٧ر٧٤٪) عبر عن رضائه عن الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية (كويسة) ، وقدموا من خلال تعميق الحوار معهم بطرح السؤال الاستفهامى ازاى ؟ العديد من التبريرات حول أسباب هذا الرضا : "فهى بتذكر الواقع وبتتناول موضوعات تستفيد منها القرية" (٢٣٩) مبحوثا بنسبة (٣٩ر٦٣٪) ، "وعلشان بيقولوا إن القرية هى أساس المجتمع" (٤٢) مبحوثا بنسبة (٤٦ر١٢٪)، "وعلشان مافيش فى القرية حاجة وحشة !!" (٥٦) مبحوثا بنسبة (٦٢ر١٦٪) من إجمالى تبريرات أسباب رضا المبحوثين عن الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية .

وواضح من هذه التبريرات صعوبة الاطمئنان إلى دقة الاستجابات اللفظية للمبحوثين التى تعبر عن رضائها عن الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية "علشان بتتكلم عن الواقع" ، حيث سبق وأشار الجانب الأكبر من المبحوثين – أفراد عينة البحث – إلى ضرورة نزول هذه الأجهزة إلى القرية للتعبير عن مشاكلها، على النحو السابق الإشارة إليه ، كما تبدو استجابات من قبيل : "بيقولوا إن القرية هى الأساس ، أو علشان القرية مافيش فيها حاجة

وحشه" تبريرات سطحية وغير جدية ، ولايعول عليها فى تبرير رضاء المبحوث عن مجمل معالجات أجهزة الإعلام لمشكلات القرية المصرية .

وأيا كانت هذه التحفظات ، فقد عبر (١٢٣) مبحوثا بنسبة (١٦ر٢٤٪) عن عدم رضائه عن الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية ، فهى "مش كويسة" ، ومبالغ فيها ، ولاتعبر عن الواقع ، على حد تعبير هؤلاء الأفراد . وقد أوضح هؤلاء الأفراد – فى معرض ردهم على تساؤلنا ازاى – أن هذه الأجهزة تظهر القرية فى صورة وحشة ومبالغ فيها (٩١) تكرارا ، كما أنها بعيدة عن الحياة فى القرية وظروفها والمشكلات التى تعانى منها (٤٣) تكرارا ، ولم يتمكن (٩) من المبحوثين بنسبة (٧٧ر١٪) من تحديد تصور معين حول الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية ، ورددوا استجابة "مش عارف" .

ولايختلف الأمر كثيرا بين نتائج استجابات المبحوثين اللفظية حول الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية ، والطريقة التى تتحدث بها عن القطاع الأكبر من سكان القرية وهم الفلاحون ، حيث ظلت الغالبية العظمى من المبحوثين تعبر عن درجة رضا عالية عن هذه الطريقة . ويوضح الجدول رقم (٧١) هذا المنحى فى الاستجابات اللفظية .

جدول رقم (٧١)

تصور القرويين للطريقة التى تتحدث بها اجهزة الإعلام عن الفلاح

التصـــــور	التكرار	٪
كويسة وتعبر عن الفلاح	٣٦٣	٣٢ر٧١
مش كويسة وغير معبرة عن حياة الفلاح	١٣٨	١١ر٢٧
لا أعـــــرف	٨	٥٧ر١
إجمالـــــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٣٦٣) مبحوثا بنسبة (٣٢ر٧١٪) عبر عن رضائه عن الصورة التى يقدم بها الفلاح المصرى عبر مختلف وسائل الإعلام "كويسة ويتعبر عن الفلاح" ، وعللوا هذا الرضا فى ردهم على تساؤلنا ازاى ؟ بالقول : "أنها تعبر عن الفلاح وأصالته زى الواقع بالضبط" (٢٧٦) تكرارا ، "ولأن الفلاح فى غيطه وكل حاجة كويسة وخلاص !!" (٢٨) تكرارا .

وأوضح (١٣٨) مبحوثا - بنسبة (١١ر٢٧٪) فقط - أن هذه الصورة غير إيجابية "مش كويسة وغير معبرة عن حياة الفلاح" . وفى معرض تبريرهم لهذا الرأى ، أشاروا إلى أن الفلاح بداية لا يأخذ حقه فى وسائل الإعلام (٤٩) تكرارا، ثم أنه عندما يظهر فى هذه الوسائل فإن الصورة تبدو مبالغا فيها ، وفيها - على حد تعبير بعض المبحوثين - نوع من الابتزال (١٠٠) تكرار .

والانطباع الذى يخرج به الباحث من الحوارات مع المبحوثين أفراد العينة حول تصورهم للطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية والفلاح المصرى هو الميل العام لدى المبحوثين لإعطاء إجابات مثالية ، أو إيجابية ، أما بسبب شكلية ، أو عدم أهمية القضية موضوع الحوار من وجهة نظرهم ، وبالتالى محاولة مجاراة الباحث وإعطائه انطباعا خاطئا وغير حقيقى ، أو واقعيا فى هذا المجال ، وإما بسبب الطابع السلبى الغالب فى تعرض القرويين لمضامين أجهزة الإعلام ، وتضاؤل قدرة العديد منهم على الحوار أو التفاعل مع هذه المضامين التى ينفصل معظمها عن واقع ممارسات حياتهم اليومية .

وأيا كان الأمر ، فقد كان من المفيد أن نختم الحوار مع المبحوثين - أفراد عينة البحث - بطرح السؤال العام التالى عليهم : "ياترى إنت شايف إن الراديو والتليفزيون والجرائد بتأثر فى الناس ؟ وقد أقرت الغالبية العظمى من المبحوثين فى

استجاباتهم لهذا التساؤل بتأثير أجهزة الإعلام الثلاثة فى مجتمع القرية . ويوضح الجدول رقم (٧٢) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٧٢)

إقرار المبحوثين بمدى تأثير أجهزة الإعلام

الإقرار	التكرار	٪
تؤثـــــــر	٣٩٣	٧٧٫٢
أحيانـــــا	٣٢	٦٫٢
لا تؤثـــــر	٨٤	١٦٫٦
إجمالـــى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٣٩٣) مبحوثا بنسبة (٧٧٫٢٪) ترى أن أجهزة الإعلام تؤثر فى الناس ، فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنها أحيانا ماتؤثر أو لاتؤثر على الإطلاق عن (٦٫٢٪) و (١٦٫٦٪) فقط على الترتيب .

وحول كيفية هذا التأثير ، أشار المبحوثون الذين أقروا بحدوث التأثير إلى "تعلم حاجات وخبرات منها" (١٥٣) تكرارا ، "والمسلسلات والأفلام التى يتعظ منها الناس" (٩٧) تكرارا ، "ومن خلال البرامج التعليمية والصحية والدينية" (٨٧) تكرارا . وأشار (٥٩) مبحوثا تحديدا إلى قدرة التليفزيون على التأثير لملاءمته وتقديم موضوعاته بالصوت والصورة ، كما نوه هؤلاء الأفراد (٣٦) مبحوثا إلى تقليد الأفراد وبالذات الأطفال لما يعرض فى أجهزة الإعلام . وهى كلها بيانات تشير إلى انحصار غالبية تأثيرات أجهزة الإعلام فى الجوانب المعرفية دون السلوكية ، وحيث تقف عقابات كثيرة أمام توظيف هذه المعارف المكتسبة فى دنيا الواقع ، مما يجعلنا نؤكد فى النهاية تراجع التأثير الفعلى الذى

تلعبه أجهزة الإعلام فى السلوك العملى للقرويين ، وأن دورها الغالب هو دور تدعيمى أكثر منه تغييرى فى مجتمع القرية .

فإذا تجاوزنا الاتصال الجماهيرى إلى الاتصال الجمعى ، نجد أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٧٥٫٤٪) نفى حدوث عقد أى لقاء عام فى القرية لمناقشة موضوع معين ، كما لم تتم أية عروض سينمائية أو مسرحية ، ولم يحدث أن مرت بالقرى الأربع قوافل ثقافية للتوعية بموضوع معين . وقد تبيّن وجود علاقة ارتباطية دالة بين النوع ودرجة الإقرار بحدوث مثل هذه الأشكال الاتصالية (كا٢ دالة عند مستوى ٠٫٠٠٨) . فالذكور أكثر إقرارا بحدوث هذه اللقاءات الاتصالية من الإناث * ، حيث تصل نسبة الاقرار بحدوثها بينهم إلى (٢٩٪) ، فى مقابل (١٥٪) فقط بين الإناث ، وتصل نسبة عدم الإقرار بين الذكور إلى (٧١٪) ، وترتفع هذه النسبة بين الإناث لتصل إلى (٨٥٪) ، مما يشير إلى تراجع الاحتكاك الاتصالى العام للإناث فى مجتمع القرية بالمقارنة بالذكور .

وأيا كان الأمر ، فقد أكد (٨٤) مبحوثا بنسبة (٦٥٫٦٪) من إجمالى الأفرادالذين أقروا بحدوث اللقاءات الاتصالية الجمعية بقرى البحث الأربع ، أنهم حضروا هذه اللقاءات ، فى حين نفى (٤٤) مبحوثا منهم حضورها بسبب ضيق الوقت والمشغولية ، على حد تعبيرهم . ومرة أخرى تظهر التحليلات الإحصائية ، وجود علاقة دالة بين النوع وحضور اللقاءات الجمعية فى مجتمع القرية (كا٢ دالة عند مستوى ٠٫٠٠١) ، حيث يزيد الميل النسبى للذكور لحضور هذه اللقاءات بالمقارنة بالإناث ، فتصل نسبة الحضور بين الذكور إلى (٧٣٪) فى مقابل (٣٧٪) لدى الإناث ** . كما تبيّن وجود علاقة بين المهنة وحضور اللقاءات الجمعية التى

* راجع بيانات الجدول رقم (٢٣) ملحق رقم (٣) .
** راجع بيانات الجدول رقم (٢٤) ملحق رقم (٣) .

يتم الدعوة لها فى القرية ، حيث يزيد الإقبال على حضورها بين فئات : التجار (١٠٠٪) والموظفين ، (٨٧٪) ، والمهنيين (٨٣٪) ، ويتضاءل هذا الحضور بين فئات : الحرفيين (٢٥٪) ، والطلاب (٣٣٪) ، والفلاحين (٦٢٪) وهكذا * .

وبصرف النظر عن التمايزات النوعية أو المهنية فى حضور اللقاءات الاتصالية الجمعية فى مجتمع القرية ، فقد اكتفى من أقر بحضور مثل هذه اللقاءات – على قلتها – بالإشارة إلى أنها "كويسة" ، دون تحديد أوجه استفادته منها ، أو أى تبنى لفكرة أو تغيير لعادة أو سلوك ترتب عليها . مما يؤكد فى النهاية – مع البيانات المشار إليها آنفا حول فعاليات أجهزة الاتصال الجماهيرى – ترهل بناء الاتصال فى مجتمع القرية ، وعجزه عن القيام فى الوقت الراهن بأية مساهمات أو أدوار حقيقية فى مجريات التغيير فى القرية المصرية .

* راجع بيانات الجدول رقم (٢٥) ملحق رقم (٣) .

الفصل الرابع

مناقشة النتائج والتصور المستقبلى

أولا : مناقشة النتائج

حاول العرض السابق ، وصف وتشخيص بناء الاتصال فى القرية المصرية من زوايا عديدة : حجم وسلوك تعرض القرويين لوسائل الاتصال الجماهيرى ، وفعاليات أشكال الاتصال المختلفة فى مجتمع القرية ، وطبيعة ووقع التأثيرات القيمية لوسائل الإعلام فى القرية المصرية . وعلى ضوء ما أسفرت عنه نتائج العمل الميدانى حول هذه الجوانب ، تظهر مجموعة من الحقائق يمكن بلورتها على النحو التالى :

التعرض لأجهزة الإعلام

على الرغم من الانتشار الواسع لمختلف أنواع أجهزة الاتصال الجماهيرى فى القرية المصرية ، وانبهار القرويين بهذه الأجهزة ، والسعى خلال حقبتى السبعينيات والثمانينيات لحيازتها ، والتعرض المكثف لها ، فإن موجة هذا الانبهار قد انكسرت حدتها فى المرحلة الحالية لعوامل شتى ، يأتى على رأسها المشغولية ، وضيق وقت الفراغ ، وانحصار دائرة اهتمام غالبية القرويين فى تدبير قوت يومهم ومواجهة مشكلات حياتهم اليومية ، وانفصال جل مضمون هذه الأجهزة عن واقع الحياة

ومجريات التغيير فى القرية المصرية ، وتجاهل الاحتياجات الإعلامية الجديدة التى تفرضها مجريات هذا التغيير . وحدث تغير واضح فى حجم وسلوك تعرض القرويين لأجهزة الإعلام ، ويميل هذا التغير فى اتجاه التعرض السلبى ، ومحدودية وقت التعرض ، والاكتفاء بالتوظيف الترفيهى لهذه الأجهزة والفرجة على ممارسات النخبة ، دون التفاعل مع هذه المضامين ومؤشرات ذلك أظهرتها المعطيات التالية :

١ - لا يتعرض بشكل منتظم للتليفزيون سوى نصف عينة المبحوثين (٢٥٨) مبحوثا بنسبة (٧ر٥٠٪) ، فى حين أن النصف الآخر يتعرض له بظروفها أو لا يتعرض له على الإطلاق ، لأسباب تعود إلى عدم حيازة الجهاز ، والمشاغل وضيق الوقت ، وتحريم الفرجة على التليفزيون بسبب بعض المشاهد المخلة التى يقدمها . وأظهرت البيانات التباين الواضح فى معدلات تعرض المهن المختلفة للتليفزيون تبعا لتباين درجة مشغولية أفراد كل مهنة ، حيث يقل تعرض فئات : التجار والحرفيين ، والمهنيين المنتظم للتليفزيون ، وتزيد معدلات هذا التعرض بين فئات : الموظفين ، والطلبة ، والعمال .

وقد خلص البحث فى هذا المجال إلى أنه فى إطار المشغولية لدى جميع الفئات المهنية بالقرية ، والسعى لتدبير نفقات الحياة المتزايدة ، والعمل بأكثر من مهنة طوال اليوم ، وتفاقم الأعباء الملقاة على عاتق المرأة الريفية ، فإن الفترة المسائية تكاد تكون هى الفترة الوحيدة التى ينحصر خلالها تعرض القرويين ، على اختلافهم للتليفزيون ، ويتضاءل إلى حد كبير تعرضهم لبرامجه خلال فترات الإرسال الأخرى ، وبالذات الفترة الصباحية أو السهرة ، على عكس ما يشاع من كتابات فى هذا المجال ، حول سهر الفلاح ، حول التليفزيون وإهماله لعمله .. الخ . كما أشارت البيانات إلى ،

أن معدل التعرض الغالب لايتجاوز الساعة لدى قطاع واسع من القرويين ، وأن نسبة تعرض القروى لساعتين أو أكثر للتليفزيون لايتجاوز (٢٠٪) من إجمالى المشاهدين لهذا الجهاز الاتصالى . وهى كلها بيانات تشير إلى الإنخفاض الواضح والمستمر فى ارتباط القرويين بالتليفزيون كقناة اتصال ، بالمقارنة بالفترات السابقة التى أعقبت دخوله وانتشاره فى مجتمع القرية .

كما أظهرت تفضيلات مشاهدة القرويين لبرامج التليفزيون غلبة التوظيف الترفيهى لهذه الوسيلة الاتصالية ، فقد حظيت الأفلام والمسلسلات على المرتبة الأولى فى هذا التفضيل (٩ر٢٨٪) ، ويليها البرامج الدينية والقرآن الكريم (٢٠٪) ، ثم نشرة الأخبار (٩ر١٧) . وتدنت بعد ذلك معدلات تفضيل بقية البرامج ، وهو ما يؤكد من ناحية انحصار وقت التعرض للتليفزيون ، وتمركزه فى الفترة المسائية من ناحية ، والميل العام للتوظيف الترفيهى لهذه الوسيلة الاتصالية ، والإلمام من خلالها بممارسات النخبة السياسية . وكان من اللافت للانتباه فى بيانات هذا الجانب هو الانخفاض الشديد فى تعرض القرويين للبرامج الريفية والإرشاد الزراعى ، حيث لم يتجاوز عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى تعرضهم لمثل هذه البرامج عن (٣٣) مبحوثا بنسبة (٩ر٢٪) فقط من إجمالى تكرارات تفضيلات مشاهدة برامج التليفزيون . وكان ذلك مؤشراً مهما على محدودية الدور الذى تلعبه هذه البرامج فى إمداد الفلاحين بالمعلومات الزراعية .

وقد أشارت البيانات إلى الارتفاع النسبى الملحوظ فى إقبال القرويين على مشاهدة المسلسل العربى اليومى فى التليفزيون ، حيث وصلت نسبة هذه المشاهدة إلى (١ر٦٩٪) من إجمالى أفراد عينة البحث الذين يشاهدون التليفزيون، ويتزايد هذا الإقبال بقرى وجه قبلى بالمقارنة بقرى وجه بحرى ،

وفى القرى (التابعة) بالمقارنة بالقرى (الأم) ، وذلك بسبب تعدد النشاط المهنى بالقرى (الأم) ، وشدة المشغولية ، وضيق وقت فراغ الأفراد بها . كما لوحظ تزايد إقبال فئات الفلاحين ، والعمال ، والطلبة على الانتظام فى مشاهدة هذا المسلسل بالمقارنة ببقية الفئات المهنية ، حيث تصل نسبة هذا الانتظام بينهم إلى (٧٤٪) لدى كل من الفلاحين والعمال و(٦١٪) لدى الطلبة ، وتنخفض هذه النسبة لدى فئات الحرفيين ، والمهنيين والتجار ، لتصل إلى (٢٥٪) و (٥٤٪) و(٥٧٪) على الترتيب ، بسبب المشغولية ، كما أشرنا من قبل ، وعدم انتظام وقت الفراغ لدى أفراد هذه المهن الأخيرة وللأسباب نفسها - تقريبا - يتزايد تعرض الإناث للمسلسل العربى اليومى بالمقارنة بالذكور حيث تصل نسبة الانتظام فى هذا التعرض بينهن إلى (٨٤٪) مقابل (٦٢٪) بين الذكور .

وعلى المستوى اللفظى ، عبرت الغالبية العظمى من المبحوثين عن رأيها فى هذه المسلسلات بأنها "كويسة" ، مع عجز واضح فى تحديدها لنوعية الاستفادة منها : "أهى كويسة وخلاص يابيه" ، "ومش عارف" ، "الواحد بيتفرج وبينبسط وخلاص" ، إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى اكتفاء المبحوث بالمشاهدة ، دون أن تكون هناك استفادة حقيقية على الأقل يعيها المبحوث . ومع ذلك فقد تلاحظ تنامى اتجاهات عدائية ، وبالذات لدى أرباب الأسر تجاه هذه المسلسلات بسبب ما يرد خلالها أحيانا من مشاهد ، يعتبرها القرويون خروجا عن المألوف والتقاليد والثقافة السائدة . ومع أن هذه الاتجاهات مازالت محدودة ، وفى طور الاستجابات اللفظية ، مع استمرارية مشاهدة أصحابها لهذه المسلسلات ، مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى هذا المجال ، إلا أن خطورتها تكمن فى اتجاهها

لتحريم الفرجة على التليفزيون برمته ، وتنشط قنوات اتصال أخرى (مثل أئمة المساجد ، وشرائط التسجيل) لتدعيم هذا الاتجاه بين القرويين .

ومع أن الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٨٨,٢٪) من إجمالى المبحوثين الذين يشاهدون التليفزيون ، والبالغ عددهم (٤٧٦) مبحوثا ، قد أقرت على المستوى اللفظى ، أن المسلسلات التى ترد فى التليفزيون والمرتبطة بحياة الريف والفلاحين تعبر عن واقع حالهم ، إلا أن تعميق الحوار معهم بطرح السؤال ازاى ؟ ، أحدث ارتباكا واضحا وعدم قدرة على التحديد ، ومال العديد منهم إلى التهرب أو المراوغة ، ورددوا استجابات من قبيل : "بيعملوا مشاريع حلوه ، ومش عارف ، بيقولوا عن المشاكل" إلى غيرها من الاستجابات غير محددة المعنى ، والتى تشير إلى عدم دقة استجاباتهم اللفظية فى هذا المجال . ربما بسبب تعرضهم السلبى لهذه المسلسلات ، والاكتفاء بالفرجة دون تفاعل وجدانى معها .

وفى الاتجاه نفسه ، مالت الغالبية العظمى من المبحوثين (٣١٩) مبحوثا بنسبة (٦٦,٩٪) للإقرار بتعرضهم لبرنامج سر الأرض الذى يستهدف الإرشاد الزراعى ، وترويج المعلومات الزراعية الصحيحة بين الفلاحين . كما أقرت الغالبية بنسبة (٨٧,٥٪) بملاءمة توقيت إذاعة البرنامج ، وعبرت نسبة أكبر (٩٨,٥٪) عن رأيها فى البرنامج وأكدت أنه "مفيد وكويس" .

وكان واضحا للبحث عدم دقة مثل هذه الاستجابات أو البيانات ، وميلها العام للمبالغة ، ومحاولة المبحوثين مجاراة الباحث وإعطاء انطباع خاطئ عن واقع الحال من خلال الرد بإيجابية دائما على تساؤلاته فبداية لم يتجاوز عدد المبحوثين الذين أقروا من قبل بتفضيل تعرضهم لبرامج

الفلاحين والإرشاد الزراعى عن (٣٣) مبحوثا بنسبة (٩ر٢٪) فقط من إجمالى المبحوثين الذين يشاهدون التليفزيون . كما أظهر تعميق الحوار مع المبحوثين ، وبالذات جماعة الفلاحين المعنيين أصلا بالبرنامج أن غالبيتهم ليس لديه معرفة حقيقية بساعة ويوم إذاعة البرنامج ، أو إعادة إذاعته ، وأن تعرضهم للبرنامج كثيرا ما يأتى عرضا وبالمصادفة البحتة . وخلص البحث فى هذا الجانب إلى أن درجة استفادة القرويين فى الواقع الفعلى من البرنامج محدودة ، حيث كثيرا ما تأتى التوصيات غير واقعية ، أولا تتوفر الإمكانيات المتاحة لتطبيقها ، وأن الأمر لايعدو لدى بقية الفئات أن يكون مجرد فرجة واستمتاع بالدراما الهزلية أو الساخرة التى عادة ما يتضمنها البرنامج ، والتى تتجه ناحية تدعيم الصورة التقليدية الشائعة حول بلاهة الفلاح ، وانغلاقه ، وجموده ... الخ .

وحول إعلانات التليفزيون ، أظهر البحث أن الغالبية العظمى من القرويين (٣٩٢) مبحوثا بنسبة (٦ر٨٣٪) من إجمالى المبحوثين الذين يشاهدون التليفزيون تتعرض بانتظام إلى هذه الإعلانات . وجاء ذلك ليس نتيجة رغبة حقيقية ، حيث لا تتجاوز هذه الرغبة طبقا لتفضيلات القرويين لمشاهدة برامج التليفزيون عن (٦ر١٪) من إجمالى المبحوثين ، وإنما جاءت بسبب الرغبة فى مشاهدة المسلسلات أو الأفلام أو المباريات الرياضية أو خلال التهيؤ لمشاهدتها ، والتى – عادة – ما يسبق إذاعتها تخصيص فقرة إعلانية غير محددة المدة . وقد أبدى المبحوثون مواقف متناقضة إزاء هذه الإعلانات . فبينما أشار البعض إلى أنها "كويسة" ، عبر البعض الآخر عن تبرمه منها بسبب كثرتها وطول وقتها ، والملل منها . ومع ذلك ، فقد أبدت الغالبية (٣١٧) مبحوثا بنسبة (٧ر٧١٪) رغبتها فى شراء ما يرد فى

الإعلانات من أصناف الأطعمة والمشروبات والأجهزة والسلع المختلفة . وتتحرك هذه الرغبة أكثر لدى الذكور بالمقارنة بالإناث . فلدى الذكور تصل هذه الرغبة إلى (٦٦٪) ، فى حين لم تتجاوز لدى الإناث نسبة (١٧٪) ، كما تطمح فئات المهنيين ، والفلاحين ، والتجار أكثر فى شراء ما يرد فى الإعلانات ، بالمقارنة بفئات : الحرفيين والموظفين والعمال والطلبة . وكان اللافت للنظر فى البيانات فى هذا المجال هو الميل العام لدى المبحوثين بنسبة (٦٨٪) لتأكيد قدرتهم المادية على شراء مايرد فى الإعلانات ، ربما بدافع الرغبة فى عدم الظهور بمظهر العاجز . وخلص البحث هنا إلى أن الإعلانات التليفزيونية ، زودت القرويين بمعرفة عريضة بأنواع مختلفة من الأطعمة والمشروبات والسلع الاستهلاكية التى لم تكن مألوفة من قبل فى القرية المصرية ، واستطاع العديد منهم ترديد أسماء الكثير من الأطعمة والمشروبات التى أصبحت تمثل عادات غذائية مألوفة ومطلبا لجميع القرويين ، وبالذات الأطفال ، خصوصا مع توافرها بمحلات القرية ، وتشكل ضغطا كبيرا على ميزانية الأسرة الريفية ، وموضع شكوى من أرباب الأسر . كما زادت معارف النساء القرويات من خلال إعلانات التليفزيون بالكثير من أنواع البرفانات والصابون والشامبو ، وأصبح البعض منهن يستخدمها بالفعل ، ويتجهن إلى شرائها ، خصوصا فى حفلات الزواج والمناسبات السعيدة . ومع ذلك ، يبقى العديد من السلع والأجهزة الاستهلاكية وأصناف المأكولات الفاخرة التى ترد فى إعلانات التليفزيون ، وتعجز دخول غالبية القرويين عن شرائها ، ويكتفون فى ذلك بالمشاهد التى يصحبها مشاعر متباينة من الرغبة والحقد الاجتماعى .

ويتعرض غالبية المبحوثين (٩٥٫٦٪) لإعلانات تنظيم الأسرة فى

التليفزيون ؛ وعبروا بإيجابية عن هذه الإعلانات ووصفوها بأنها : "مفيدة وكويسة" بنسبة (٩١٫٧٪) ، وذلك بصرف النظر عن مدى انعكاس هذه الآراء على السلوك أو الممارسة الفعلية لفكرة تنظيم الأسرة فى دنيا الواقع . وحيث تبدو الفجوة واسعة بين حقيقة ما يبديه الفرد من رأى فى هذا الموضوع ، وبين مواقفه أو ممارسته الفعلية ، وهو أمر يتطلب المزيد من البحث فى هذا المجال .

وقد أظهر البحث أن الطابع الجمعى هو الطابع المسيطر على مشاهدة القرويين للتليفزيون . فقد أشار (٤٢١) مبحوثا بنسبة (٨٨٫٤٪) إلى أن مشاهدتهم للتليفزيون – عادة – ما تتم بحضور أفراد الأسرة أو الأقرباء أو الأصدقاء ، وخلال المشاهدة تميل الغالبية بنسبة (٦٧٫٢٪) لمناقشة ما يعرض أمامهم ، وهى نتيجة لها أهميتها ، خصوصا عند مناقشة قضية تأثير التليفزيون فى القرية المصرية ، وحيث تلعب الآراء الشخصية والعلاقات الاجتماعية دورها البالغ فى إعاقة أو تسهيل تأثير المضامين التليفزيونية .

٢ – تشير البيانات إلى تراجع نسبى ملحوظ فى معدلات تعرض القرويين للراديو. فهناك (١٠٠) مبحوث بنسبة (١٩٫٤٪) لا يسمعون الراديو على الإطلاق ، كما أن هناك (١٥٩) آخرين بنسبة (٣١٫٢٪) من أفراد عينة البحث لا تسمعه إلا حسب الظروف ، فى حين لا يداوم على سماع الراديو سوى (٤٩٫٤٪) من إجمالى المبحوثين أفراد عينة البحث ، ويعود هذا التراجع فى معدلات التعرض للراديو فى القرية المصرية ، فى المقام الأول ، إلى عدم حيازة جهاز الراديو ، وضيق الوقت والمشغولية ، وتفضيل مشاهدة التليفزيون .

وأظهر الحوار مع المبحوثين حول تفضيلات تعرضهم لبرامج الراديو أن تغيرا أساسيا قد حدث فى توظيف القرويين لهذا الجهاز الاتصالى ، فعوضا عن التوظيف السياسى ومتابعة الأحداث السياسية ، وقرارات الحكومة ... الخ ، على النحو الذى كان سائدا من قبل ، فإن مثل هذا التوظيف لم يعد يتجاوز حاليا (٦ر١٧٪) من إجمالى تفضيلات القرويين من برامج الراديو ، وأصبح الميل العام يتجه لتفضيل الاستماع إلى القرآن الكريم ، والبرامج الدينية ، ولها الأولوية المطلقة (٢٩٤) تكرارا بنسبة (٦ر٣١٪) ، ثم المضامين الترفيهية أو الخيالية ، مثل الأغانى والمسلسلات الإذاعية بنسبة (٢ر١٣٪) و(١ر١٣٪) على الترتيب لكل منهما . وتدنت بعد ذلك تفضيلات القرويين لبقية برامج الراديو ، حيث نجد - مثلا - أن برامج الإرشاد الزراعى لايتجاوز تفضيل التعرض لها بين القرويين عن (٤ر١٪) فقط ، الأمر الذى يشير إلى محدودية استفادة القرويين ، وبالذات الفلاحين من هذه البرامج . كما لم تتجاوز نسبة تفضيل التعرض لبرامج المرأة والطفل - على أهميتها - عن (٢ر٤٪) ، والبرامج الثقافية عن (٦ر٢٪) ، وهى جميعها بيانات تشير إلى محدودية المهام التى يقوم بها الراديو فى مجتمع القرية فى الوقت الراهن .

وكان من الطبيعى إزاء تركز التعرض على البرامج الدينية ، والأغانى ، والموسيقى ، والمسلسلات الإذاعية ، أن تعبر الغالبية العظمى من القرويين بنسبة (٧ر٩٣٪) عن رأيها فى برامج الراديو وتصفها بأنها : "كويسة ومفيدة" .

واتساقا مع هذه البيانات ، جاءت إذاعة القرآن الكريم على رأس المحطات الإذاعية المفضلة فى الراديو لدى القرويين بنسبة (٢٥ر٣٢٪) ،

ويلى ذلك إذاعة مصر – على حد تعبير المبحوثين – بنسبة (١٩ر٧٧٪) ، وإذاعة الشرق الأوسط بنسبة (١٧ر٥٧٪) ، وصوت العرب بنسبة (١١ر٣٣٪) ، ومحطة أم كلثوم بنسبة (٤ر٧٤٪) ، وتدنى بعد ذلك تفضيل تعرض القرويين لبقية المحطات الإذاعية . وكان اللافت للنظر فى البيانات هنا هو اختفاء إشارة المبحوثين لأية تفضيلات لإذاعة وسط الدلتا أو إذاعة شمال الصعيد ، واللتين تعملان فى نطاق الحيز الجغرافى الذى تقع فيه القرى الأربع التى يطبق فيها البحث . كما تلاحظ الانخفاض الشديد فى استجابات المبحوثين التى تشير إلى تفضيل التعرض للمحطات الأجنبية ، حيث لم يتجاوز تفضيل التعرض لراديو لندن عن (٢ر٨٪) ، وإسرائيل عن (ر٨٢٪) ، ومونت كارلو عن (٠و٦٩٪) ، وهو أمر واضح الدلالة ، ويشير إلى التراجع الشديد فى فاعلية هذه المحطات الإذاعية فى مجتمع القرية .

وقد كشف تعميق الحوار مع المبحوثين حول مركز الإذاعات المحلية ، عن الوضع المتردى لهذه الإذاعات فى بناء الاتصال بالقرى الأربع . فكما أشرنا من قبل انتفت تماما ورود أية استجابات تفيد تفضيل القرويين التعرض لهذه الإذاعات ، كما تبين أن الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٦٩ر٨٪) لا تعرف أن هناك إذاعة محلية تخدم محافظتهم ، ومن يعرف منهم هذه الحقيقة (١١٣) مبحوثا بنسبة (٣٠ر٢٪) ، لا يستمع أغلبهم (٧٤) مبحوثا بنسبة (٦٠٪) إليها على الإطلاق . وخلص البحث فى هذا الجانب إلى حقيقة مؤلمة ، هى أن حجم تعرض عينة البحث والبالغ عددها (٥٠٩) مبحوثا للإذاعات المحلية التى تعمل بمحافظتى البحث وهما إذاعة وسط الدلتا ، وشمال الصعيد ، لا يتجاوز (٦١ر٩٪) ، وهو أمر يتناقض مع العديد من الكتابات التى تفرط فى الحديث عن الدور البالغ الذى تلعبه

الإذاعات المحلية فى القرية المصرية . وردد المبحوثون فى أسبا ب عزوفهم عن الاستماع إلى الإذاعات المحلية استجابات من قبيل : "مافيش وقت يابيه ، لا أهتم بها ، الإرسال لا يأتى فى الراديو ، حتقول إيه يعنى الإذاعة دى" إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى الميل العام للتقليل من شأن هذه الإذاعات ، أو أثرها فى حياة هؤلاء الأفراد .

وكما أشرنا آنفا ، فإن وضع الإذاعات الأجنبية لا يقل سوءا عن مركز الإذاعات المحلية فى بناء الاتصال فى قرى البحث الأربع . فهناك (٢٨٨) مبحوثا بنسبة (٢ر٧٠٪) من إجمالى المبحوثين الذين يستمعون إلى الراديو والبالغ عددهم (٤٠٩) مبحوث ، لا يستمعون إطلاقا إلى هذه الإذاعات . وأظهرت البيانات تميز الذكور عن الإناث فى هذا المجال ، حيث يميل الذكور للتعرض للإذاعات الأجنبية أكثر من الإناث القرويات . فلدى الذكور تصل نسبة الاستماع إلى الإذاعات الأجنبية (٣٩٪) فى حين لا تتجاوز هذه النسبة لدى الإناث (١١٪) ، كما ترتفع نسبيا درجة الاستماع إلى هذه الإذاعات بين فئات الموظفين ، والمهنيين ، بالمقارنة بسائر الفئات المهنية .

وقد حظيت إذاعة لندن على المرتبة الأولى فى تفضيلات تعرض القرويين للإذاعات الأجنبية (٩١) تكرارا ، ويلى ذلك ويفارق كبير إذاعة مونت كارلو (٤٢) تكرارا ، وفى المرتبة الثالثة ، إذاعة إسرائيل (١٥) تكرارا ، وصوت أمريكا (١٤) تكرارا ، وإذاعات عربية (٩) تكرارات ، وقد أرجع المبحوثون أسباب تعرضهم لهذه الإذاعات إلى دقة أخبارها وموضوعيتها ، وسرعة تغطيتها للأحداث ، وتقديم الأغانى القديمة ، واحترام عقلية المستمع إلى غيرها من الاستجابات التى تفسر أسباب اللجوء إلى

هذه الإذاعات وإهمال الإذاعات الوطنية ، وبالذات فى وقت الأزمات والأحداث المهمة ، فى حين يتدنى وضعها - كما أشرنا من قبل - فى بناء الاتصال فى مجتمع القرية فى الأحوال العادية .

٣ - أظهر البحث الانخفاض الملحوظ فى درجة تعود القرويين على قراءة الجرائد. فقد كان هناك (١٩٣) مبحوثا بنسبة (٣٨٪) لا يعرفون القراءة ، و(٥٥) مبحوثا بنسبة (٦ر١٠٪) يعرفون القراءة ، ولكنهم لايتعرضون للجرائد ، و(١٢٠) مبحوثا بنسبة (٧ر٢٣٪) يتوقف هذا التعرض على الظروف والمصادفة ، وهى استجابة تلاحظ أن المبحوثين يميلون إلى ترديدها عوضا عن النفى . فى حين لا تتجاوز نسبة الانتظام فى التعرض لقراءة الجرائد عن (٧ر٢٧٪) من إجمالى المبحوثين .

وقد تلاحظ وجود علاقة بين الخصائص النوعية والمهنية والجغرافية ، ودرجة التعود على قراءة الجرائد . فالذكور أكثر تعودا على قراءة الجرائد من الإناث . كما تزيد درجة التعود هذه فى قرى وجه بحرى بالمقارنة بقرى وجه قبلى ، وبالقرى (الأم) بالمقارنة بالقرى (التابعة) ، كذلك تزيد بين فئات المهنيين ، والطلبة والموظفين وتنخفض نسبيا بين فئات الحرفيين والفلاحين ، والعمال ، والتجار . وكان العامل الحاكم فى كل ذلك هو المستوى التعليمى ، وسهولة المواصلات ، وتعدد الأنشطة المهنية ، ومدى توافر وقت الفراغ أو المشغولية .

كما تلاحظ أن هناك (٢٠) مبحوثا بنسبة (٣ر٣٦٪) من إجمالى الأفراد الذين لا يقرءون الجرائد قد توقفوا نهائيا عن قراءة الجرائد ، رغم تعودهم السابق على قراءتها ، بسبب ارتفاع أسعارها ، وعدم وجود وقت ، والانصراف للراديو والتليفزيون عوضا عنها .

ومع الانخفاض فى معدلات التعرض للجرائد ، إلا أن الجانب الأكبر من المبحوثين الذين يقرءونها ، ما يزال ينظر إليها باعتبارها مصدرا أساسيا لمعرفة الأحداث والأخبار الجارية ، والتى ينبغى أن يلم بها الفرد ، حتى ولو لم تكن صادقة أو حقيقية .

وقد أظهر البحث أن الجانب الأكبر من المبحوثين (١٧٣) مبحوثا بنسبة (٣ر٦٦٪) له جريدة مفضلة ، ويتم الحصول عليها فى الغالب عن طريق الشراء بنسبة (٤ر٨٢٪) ، ويلى ذلك استعارتها من الآخرين بنسبة لم تتجاوز (٥ر١٣٪) ، واختفت تماما نسبة الحصول على الجرائد عن طريق الاشتراك .

وتظهر البيانات انخفاض إقبال القرويين على الجرائد الحزبية . فمن إجمالى (٢٦٠) مبحوثا يقرءون الجرائد فى عينة البحث ، يوجد (٩٢) مبحوثا بنسبة (٤ر٣٥٪) فقط أقروا بتعرضهم للجرائد الحزبية مع تميز نسبى للذكور هنا بالمقارنة بالإناث ، بسبب عزوف المرأة الريفية عن الانخراط فى العمل السياسى ، وسيادة تصور بين القرويين يربط بين قراءة الصحف الحزبية والسياسة . فى حين نفى (١٦٨) مبحوثا بنسبة (٦ر٦٤٪) ، تعرضهم للجرائد الحزبية ، وإن كان بعض مضمونها يصل إليهم بصورة أو بأخرى عبر الاتصالات الشخصية فى بعض الأحيان ، وبالذات فى وقت الأزمات ، حيث ترتفع نسبيا كثافة التعرض لهذه الجرائد .

وتعود أسباب الإقبال على قراءة الجرائد الحزبية – فى المقام الأول – إلى الرغبة فى التعرف على رأى المعارضة بنسبة (٣ر٢٧٪) ، والاعتقاد فى دقة أخبارها بنسبة (٥ر٢٠٪) وتميزها عن الجرائد الأخرى بنسبة (١٨٪) .

كما يأتى عدم الإقبال على قراءة هذه الجرائد بسبب عدم القدرة على شراء هذه الجرائد أو الحصول عليها بنسبة (١ر١٩٪) ، والمشغولية وضيق الوقت بنسبة (٤ر١٥٪) ، ثم بسبب ميلها العام للمبالغة بنسبة (٣ر١٣٪) ، وعدم تقديمها للجديد أو أهمية أخبارها .... الخ .

ومع ذلك ، فقد ردد (٤٨) مبحوثا ممن نفوا قراءتهم للجرائد الحزبية بنسبة (٢٥٪) استجابات أخرى لها دلالتها من قبيل القول : "ماليش هواية فى السياسة ، مش عاوز أدخل نفسى فى مشاكل أنا فى غنى عنها ، ماليش فيها ، بأحس أنها سياسة مش أفهم فيها" ، إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى فقدان رغبة هؤلاء الأفراد فى المشاركة السياسية من ناحية ، وسيادة تصور لديهم ، يربط بين قراءة الجرائد الحزبية والانخراط فى العمل السياسى ، الذى يعنى فى تصورهم جر مشاكل على الفرد !!

وقد كشفت النتائج انحصار دائرة اهتمام القرويين بالموضوعات المثارة فى الجرائد بصفة عامة ، فهى لا تتجاوز ثلاثة إلى أربعة موضوعات لدى القارئ الواحد على أكثر تقدير ، وكثيرا ما كان المبحوث يمكث فترة طويلة نسبيا لتذكر أى الموضوعات التى يقبل عليها . وقد تبين بوضوح سيادة الميل العام للاستخدام الترفيهى للجرائد ، عوضا عن الاستخدام التثقيفى لها ، كما كان سائدا من قبل ، حيث تحتل - وحاليا - قراءة الحوادث المرتبة الأولى فى تفضيلات قراءة المبحوث لموضوعات الجريدة (١٢٢) تكرارا ، ثم الأخبار (١٠٨) تكرارا ، وبرامج الإذاعة والتليفزيون (٥١) تكرارا وموضوعات الرياضة (٤٨) تكرارا ، ثم صفحة الاجتماعيات (٣٩) تكرارا ، والعناوين السريعة للموضوعات دون الدخول فى التفاصيل

(٢٨) تكرارا ، والموضوعات الدينية (١٧) تكرارا ، والموضوعات الثقافية ، وفكرة "لمصطفى أمين" ، والوفيات بمعدل (١٠) تكرارات لكل منها ، ومواقف "لأنيس منصور" ، والحظ والنجوم (٧) تكرارات ، وأريد عريسا ، ونص كلمة (٤) تكرارات ، وهى كلها بيانات تشير إلى التراجع الملحوظ فى نظرة القرويين للجرائد باعتبارها وسيلة للتثقيف ، واختفاء القراءة المتفحصة لكل ما ينشر فى الجريدة ، بحيث أن الأعمدة الصحفية ، والافتتاحيات الصحفية ، ومقالات الكتاب ، والتحليلات السياسية ، والتحقيقات والأحاديث الصحفية المختلفة لا تحظى بقراءة متعمقة من جانب غالبية القرويين .

ويقرأ المجلات (٩٩) مبحوثا بنسبة (٣٨٪) فى حين لا يقرؤها (١٦١) مبحوثا بنسبة (٦٢٪) . ومع ذلك ، فقد أظهر الحوار مع الأفراد الذين أقروا بقراء تهم للمجلات حول أسماء المجلات المفضلة لديهم قدرة محدودة لدى غالبيتهم على ترديد أسماء ثلاث أو أربع مجلات على أكثر تقدير ، وكان الأمر يستغرق بعض الوقت لدى العديد منهم لتذكر أسماء هذه المجلات ، وهو مؤشر على محدودية علاقة المبحوث بهذه المجلات ، أو درجة انتظامه فى قراء تها ، وكان اللافت للنظر هنا هو ورود أسماء بعض المجلات حديثة الظهور ، فقد وردت ، أخبار الرياضة على رأس القائمة (٢٤) تكرارا ، وأخبار الحوادث (٢٠) تكرارا ، وآخر ساعة (١٢) تكرارا ، ومجلة الإذاعة والتليفزيون (١١) تكرارا ، ومجلة أكتوبر (١٠) تكرارات ، وأخبار النجوم (٩) تكرارات ، وحواء (٨) تكرارات ، ثم صباح الخير ، والنور ، والتصوف الإسلامى (٤) تكرارات لكل منها ، وحريتى (٣) تكرارات ، ونصف الدنيا ، والكواكب ، والشباب بمعدل (تكرارين) فقط لكل منها . وقد يعود ترديد أسماء المجلات حديثة الظهور إلى الحملات الإعلامية لها بالتليفزيون ،

أو ربما إلى طبيعة مضمونها الذى ينسجم مع المنحى العام لتفضيلات القرويين لموضوعات الجرائد فى الوقت الحالى .

وعلى عكس مركز الإذاعات المحلية فى بناء الاتصال فى القرية المصرية ، يتحسن نسبيا مركز الجرائد المحلية التى تصدر بالمحافظة التى تتبعها قرى البحث . فقد أظهر الجانب الأكبر منه المبحوثين (١٥٤) مبحوثا بنسبة (٢ر٥٩٪) معرفة بوجود هذه الجريدة ، فى حين لم تتجاوز نسبة من لا تتوفر لديه هذه المعرفة عن (٨ر٤٠٪) من إجمالى المبحوثين الذين يقرءون الصحف ، مع تميز نسبى للذكور بالمقارنة بالإناث فى هذا المجال ، حيث تتزايد نسبة المعرفة بوجود الجريدة المحلية بين الذكور لتصل إلى (٦٥٪) فى مقابل (٣٧٪) فقط بين الإناث . ومع ذلك ، وبصرف النظر عن هذه المعرفة ، فإن الجانب الأكبر ممن أقر بمعرفته بالجريدة المحلية لا يقرأ هذه الجريدة (٨٣) مبحوثا بنسبة (٩ر٥٣٪) ويقرؤها أحيانا وحسب الظروف ومدى توفر الجريدة ، و هذا نادرا ما يحدث ، (٣٩) مبحوثا بنسبة (٣ر٢٥٪) . فى حين لم يتجاوز عدد من يقرأ هذه الجريدة بانتظام عن (٣٢) مبحوثا بنسبة (٨ر٢٠٪) الأمر الذى يشير إلى تدنى مركز هذه النوعية من الجرائد فى بناء الاتصال فى مجتمع القرية .

وكان العامل الرئيسى وراء العزوف عن قراءة الجريدة المحلية هو عدم وصولها إلى الأفراد فى القرية ، بنسبة (٣١ر٤٧٪) ، وتفضيل المبحوث قراءة الجرائد الأخرى (٩٦ر٢٧٪) ، والمشغولية وعدم وجود وقت بنسبة (١٣ر١٦٪) ، ومحدودية مستواها الفنى بنسبة (٤٥ر٦٪) ، وعدم أهمية أخبارها بسبب اطلاع الأفراد بأنفسهم على مجريات الأمور بالمحافظة بنسبة (١٨٥ر٢٪) فقط من إجمالى أسباب عزوف القرويين عن قراءة

الجريدة المحلية ، وهى كلها عوامل وأسباب فى حاجة إلى دراسة جدية لمعالجتها ، بغية تنشيط أداء هذه النوعية من الجرائد لكى تلعب دورها بفاعلية فى بناء الاتصال فى مجتمع القرية .

٤ - أظهر البحث التحسن النسبى الملحوظ فى درجة تعود القرويين على سماع شرائط التسجيل ، حيث تصل نسبة الانتظام فى الاستماع لها إلى (٤٣٪) من إجمالى المبحوثين أفراد عينة البحث . ومع ذلك ، فقد ظلت هناك نسبة كبيرة إما أنها تسمعها "أحيانا" (٣٦ر٧٪) ، أو لا تسمعها على الإطلاق بنسبة (٢٠٪) .

ومع ذلك ، فإن الجانب الأكبر من عدم الاستماع أو التعود المنتظم على سماع شرائط التسجيل ، يعود فى المقام الأول إلى عدم وجود جهاز تسجيل بنسبة (٣٤ر٣٣٪) ، والمشغولية وضيق الوقت بنسبة (٣٢ر٨٤٪) ، وعدم التعود عليها بنسبة (١٩ر٤٠٪) ، وغلو الشرائط ، وتفضيل التعرض للراديو والتليفزيون بنسبة (١٢ر٤٣٪) ، وهى أسباب يغلب عليها العنصر المادى ، مما يشير إلى إمكانات تعظيم دور هذا النمط الاتصالى فى مجتمع القرية ، إذا ما تحسنت الأحوال المادية للأفراد .

ولا يختلف توظيف القرويين لشرائط التسجيل فى الوقت الراهن كثيرا عن توظيفهم للراديو ، حيث تحتل شرائط الأغانى المرتبة الأولى بنسبة (٤٩ر٩٣٪) ، ويلى ذلك شرائط القرآن الكريم بنسبة (٣٤ر٢٧٪) وشرائط القصص بنسبة (٥ر٩١٪) ، وشرائط الذكر والإنشاد الدينى بنسبة (٥ر٩١٪) ، وشرائط الشيخ الشعراوى بنسبة (٢ر٩٥٪) وشرائط الشيخ كشك بنسبة (١ر٣٣٪) من إجمالى تفضيلات تعرض القرويين للأنواع المختلفة لشرائط التسجيل .

٥ – أظهر البحث أن مركز الڤيديو فى بناء الاتصال فى قرى البحث الأربع بالغ الضعف والتدنى ، حيث أقر (٤٣٣) مبحوثا بنسبة (٩ر٩٠٪) أنهم لا يشاهدون الڤيديو على الإطلاق ، ولم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه أحيانا ما يشاهـده أو يشاهـده بانتظام عـن (٥ر٧٪) و(٦ر١٪) ، ومجموعهم لا يتجاوز (٤٦) مبحوثا من إجمالى (٥٠٩) مبحوثا أفراد العينة ، الأمر الذى يشير إلى تراجع الأداء الاتصالى لهذا الجهاز فى مجتمع القرية فى الوقت الراهن .

وتحددت أسباب العزوف عن التعرض للڤيديو فى عدم حيازة الجهاز بنسبة (٦ر٨٨٪) ، مما يشير إلى الرغبة الكامنة والاحتمالات المستقبلية لتنشيط أداء جهاز الڤيديو فى مجتمع القرية ، إذا ما توفرت الإمكانيات المادية لحيازته لدى القرويين ، ويلى عدم الحيازة ، النظر إلى الڤيديو باعتباره "كلام فاضى" بسبب طبيعة التوظيف الراهن له ، بنسبة محدودة لم تتجاوز (٦ر٥٪) ، وأخيرا المشغولية وعدم وجود وقت بنسبة (٩ر١٪) فقط من إجمالى أسباب العزوف عن التعرض للڤيديو فى مجتمع القرية .

ويشاهد الڤيديو فى مجتمع القرية بصورة أكبر عند الأصدقاء أو الجيران بنسبة (٨ر٤٧٪) من إجمالى الأفراد الذين أقروا بمشاهدتهم للڤيديو ، سواء أحيانا أو بانتظام والبالغ عددهم (٤٦) مبحوثا ، وفى البيت بنسبة (٣ر٢٨٪) ، وتدنت إلى أقصى حد نسبة مشاهدة الڤيديو فى المقهى ، كما كان الحال من قبل ، حيث لم يتجاوز عدد من أقر بمشاهدته للڤيديو فى المقهى عن (حالتين) فقط فى قرى محافظة وجه بحرى .

وقد أظهر البحث سيادة التوظيف الترفيهى للڤيديو بين القرويين ، حيث لا يتجاوز الأمر مجرد الفرجة على الأفلام ونفى غالبية المبحوثين ممن

يشاهدون الڤيديو ، بنسبة (٥ر٩٣٪) تعرضهم لأى أفلام تعليمية أو إرشادية فى الرى أو الزراعة أو كيفية استخدام الآلات .. الخ ، مما يشير إلى تدنى التوظيف التعليمى أو الإرشادى لهذه الوسيلة الاتصالية . وعلى المستوى الترفيهى ، أظهر القرويون ميلا واضحا لتفضيل التعرض للأفلام الهندية ولها الأولوية بنسبة (١ر٣٩٪) ، ربما بسبب تميزها بالعنف والقوة الخارقة التى تثير إعجاب القرويين ، وبالذات فئة الشباب ، ويلى ذلك الأفلام المصرية بنسبة (٤ر٣٠٪) بسبب عامل اللغة وعدم القدرة على قراءة الترجمة فى الأفلام الأخرى ، والأفلام الأجنبية بنسبة (٧ر٨٪) ، وأخيرا ، الأغانى والرقصات بنسبة لم تتجاوز (٢ر٢٪) من إجمالى تفضيلات القرويين للتعرض لشرائط الڤيديو .

فاعلية أنماط الاتصال المختلفة

١ - مع التراجع الملحوظ فى معدلات تعرض القرويين لأجهزة الإعلام ، وانحصار دائرة اهتمامهم بمضامينها ، وتركز هذا الاهتمام فى الجوانب الترفيهية ، أصبح الجانب الأكبر من القرويين يفضل شغل وقت فراغه - فى حالة وجوده - بعيدا عن أجهزة الإعلام ، مع تميز نسبى بين الوسائل المختلفة فى هذا المجال لصالح التليفزيون ، لتفوقه فى تلبية الرغبة الترفيهية لدى القرويين (الصوت والصورة) . فقد أشار (٢٩٤) مبحوثا بنسبة (٨ر٥٧٪) من إجمالى أفراد عينة البحث البالغ عددهم (٥٠٩) مبحوث بقرى البحث الأربع ، بأن أفضل شيئ لشغل وقت الفراغ يمكن أن يتم فى الدروشة ، والاحتكاك بالآخرين ، والبحث عن عمل مفيد يدر دخلا ... الخ . وفضل (١٣١) مبحوثا بنسبة (٧ر٢٥٪) فقط مشاهدة التليفزيون ، وانخفضت إلى

أقصى حد نسبة تفضيل تمضية وقت الفراغ فى الاستماع إلى الراديو أو قراءة الجرائد ، أو الاستماع لشرائط التسجيل ، حيث لم يتجاوز ذلك نسبة (١٠٪) و (٥ر٥٪) و (١٪) على الترتيب لكل منها . واختفت تماما نسبة التوجه لمشاهدة الڤيديو ، وهى بيانات تشير إلى ضعف ارتباط القرويين بأجهزة الإعلام ، أو درجة اعتمادهم عليها ، وبالتالى انخفاض فاعليتها فى مجتمع القرية ، على الرغم من استمرارية تمسكهم بهذه الأجهزة ، وعدم القدرة على الاستغناء عنها فى أى حوار يجرى معهم حولها ، بسبب وظيفتها الترفيهية من ناحية ، وباعتبارها مصدرا متاحا لإلمام القروى – إذا أراد – بمجريات الأحداث فى المجتمع خارج نطاق قريته .

٢ – يحتل التليفزيون المركز الأول بين أنماط الاتصال المختلفة فى القرية ، فى حالة رغبة المبحوث التعرف على مجريات الأحداث فى المجتمع ، حيث يتجه لمشاهدته فى هذه الحالة (٢٧٤) مبحوثا بنسبة (٨ر٥٢٪) ، ويلى ذلك الجرائد بنسبة (٣ر١٨٪) ، ثم الراديو بنسبة (٧ر١٥٪) ، والاتصال الشخصى بنسبة (٨ر١١٪) ، الأمر الذى يؤكد ما سبق الإشارة إليه حول التميز النسبى لهذه الوسيلة الاتصالية فى مجتمع القرية بالمقارنة بأنماط الاتصال الأخرى من حيث درجة الاعتماد عليها فى التزود بمجريات الأحداث .

وفى موضوع تنظيم الأسرة ، يظل التليفزيون الأكثر مصداقية وفاعلية من بقية قنوات الاتصال الجماهيرى الأخرى ، فقد أشار (٤١٥) مبحوثا بنسبة (٥ر٨١٪) إلى التليفزيون باعتباره المصدر الجماهيرى الأكثر مصداقية فى الحديث عن موضوع تنظيم الأسرة لعوامل تعود فى تصور المبحوثين إلى تقديمه للموضوع بالصوت والصورة ، وعدم مقدرة العديد من

القرويين على القراءة . وكان اللافت للنظر هنا هو التزايد النسبى بين الإناث فى معدلات تصديقهم للتليفزيون فى هذا الموضوع بالمقارنة بالذكور ، حيث تصل نسبة هذا التصديق بينهن إلى (٨٩ر٤١٪) فى مقابل (٧٧ر٨١٪) بين الذكور .

٣ - وعلى مستوى الاتصال الشخصى ، جاء الطبيب ، باعتباره المصدر الأكثر مصداقية وحديثا فى موضوع تنظيم الأسرة بنسبة (٥٨ر٧٤٪) ، ويلى ذلك ، شيخ الجامع بنسبة (٣٣ر٢٪) ، وتدنت بعد ذلك فاعلية بقية المصادر الشخصية فى هذا الموضوع ، مثل المدرس ، أو العمدة ، أو الداية ، أو الجيران ، حيث لم تتجاوز نسبة تصديق هذه المصادر عن (٠ر٢٠٪) لكل من المدرس ، والعمدة ، والداية ، و(١ر٥٧) للجيران والأصدقاء ، ربما بسبب الحياء أو الخجل من الحديث فى هذا الموضوع مع هذه المصادر ، أو عدم اهتمامها أصلا بالحديث عن هذا الموضوع .

٤ - على العكس من موضوع تنتظم الأسرة ، الذى احتل فيه التليفزيون المرتبة الأولى بين قنوات الاتصال الجماهيرى ، احتلت الجرائد ، المرتبة الأولى بين قنوات الاتصال الأخرى متفوقة فى ذلك على التليفزيون ، وبفارق كبير فى موضوع السفر والهجرة للعمل بالخارج ، فقد أشار (٢٠١) مبحوثا بنسبة (٣٩ر٤٩٪) إلى أن الجرائد هى المصدر الأكثر إفادة فى الحصول على المعلومات حول هذا الموضوع ، فى حين لم تتجاوز نسبة إشارة المبحوثين إلى التليفزيون عن (٢٢ر٢٪) من إجمالى المبحوثين ، وانخفضت النسبة فى الراديو إلى أدنى مستوى فوصلت إلى (٨ر٤٥٪) . وظل هناك عدد كبير (١٥٢) مبحوثا بنسبة (٢٦ر٨٦٪) يرى أن هذه الوسائل جميعها لا تفيد فى هذا الموضوع ، وأشاروا فى ذلك إلى تفوق الاتصال الشخصى باعتباره

الأكثر إفادة للقرويين فى هذا المجال .

٥ - ظهرت مكاتب السفريات ، والاتصال الشخصى الطبيعى (المعارف) على رأس قائمة المصادر الشخصية فى مجال إفادة القرويين فى موضوع السفر ، فقد حصل هذان المصدران على (٥ر٥٨٪) و (٨ر٣٢٪) على الترتيب لكل منهما ، حيث عادة ما يتردد القروى على مكاتب السفريات للبحث عن فرصة عمل بالخارج أو تسهيل إجراءات سفره ، أو ينزل مندوب عن هده المكاتب إلى القرى لتسفير العمالة ، وبالذات الفلاحية أو الحرفية . وقد يكتسب الفرد معارفة فى هذا الموضوع من الأقارب أو الأصدقاء ، ممن يعملون أو سبق لهم العمل بالخارج . واختفى تماما دور الطبيب الذى احتل من قبل المكانة الأولى بين مصادر الاتصال الشخصى فى موضوع تنظيم الأسرة ، الأمر الذى يشير إلى انتفاء وجود قائد الرأى الشمولى ، الذى يفهم فى كل شيئ حاليا فى القرية المصرية ، وتعدد قادة الرأى بتعدد الموضوعات المختلفة .

٦ - تتراجع مكانة أشكال الاتصال الجمعى فى بناء الاتصال بالقرى الأربع ، مثل الاجتماعات العامة ، والندوات ، أو المحاضرات أو العروض السينمائية أو المسرحية ، أو القوافل الثقافية التى تسعى للتوعية بموضوع معين ... الخ . فالجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٤ر٧٥٪) نفى حدوث مثل هذه الأشكال الاتصالية فى القرية . وكان الذكور فى ذلك أكثر إقرارا من الإناث بحدوثها (٢٩٪) للذكور فى مقابل (١٥٪) لدى الاناث ، وكان ذلك مؤشرا على تراجع الاحتكاك الاتصالى العام للإناث فى مجتمع القرية بالمقارنة بالذكور ، ومع ذلك ، فقد أكد (٨٤) مبحوثا بنسبة (٦ر٦٥٪) من إجمالى الأفراد الذين أقروا بحدوث اللقاءات الاتصالية الجمعية ، أنهم

حضروا هذه اللقاءات ، فى حين نفى (٤٤) مبحوثا منهم حضورها بسبب ضيق الوقت والمشغولية على حد تعبيرهم . ومرة أخرى أظهرت البيانات أن الذكور أكثر إقبالا من الإناث على حضور هذه اللقاءات العامة فى مجتمع القرية . كما يقبل التجار ، والموظفون ، والمهنيون على حضورها ، وتنخفض نسبة هذا الحضور بين الحرفيين ، والفلاحين والطلاب ، وكان الأهم من ذلك كله ، هو أن من حضر مثل هذه الأشكال الاتصالية اكتفى بالإشارة إلى أنها : "كويسة" ، دون تحديد أوجه استفادته ، أو حدوث تغيير فى رأى أو موقف أو تبنى فكرة بناء على هذه اللقاءات ، الأمر الذى يشير إلى تراجع أداء الاتصال الجمعى فى بناء الاتصال فى القرية المصرية ، ربما بسبب العزوف السائد عن المشاركة ، والعمل التطوعى أو الجماعى ، والميل إلى المصلحة الفردية ... الخ .

٧ - أظهر البحث - فى مجال مقارنة فاعلية أنماط الاتصال المختلفة (الجماهيرية والشخصية) فى المجال الزراعى - أن الاتصال الشخصى (الرسمى والطبيعى) هو الأكثر فاعلية وترويجا للمعلومات فى هذا المجال بين قنوات الاتصال الجماهيرى ، مع استمرارية التميز النسبى للتليفزيون بين هذه القنوات الأخيرة . فقد أشار (١٨٧) مبحوثا بنسبة (٣٦ر٧٪) أن أعضاء الجمعية التعاونية الزراعية فى القرية هم المصدر الأكثر إفادة فى تلبية حاجة القرويين للمعلومات الزراعية ، ويلى ذلك المرشد الزراعى (١٤٣) مبحوثا بنسبة (٢٨ر١٪) ، وفى المرتبة الثالثة جاء التليفزيون (١٠٨) مبحوثا بنسبة (٢١ر٢٪) . والأهالى فى المرتبة الرابعة بنسبة (١٠ر٦٪) ، وتدنى إلى أقصى حد نسبة الاعتماد على الراديو أو الجرائد فى الإفادة فى هذا المجال . حيث لم تتجاوز هذه النسبة عن (٢ر٢٪) و (٠ر٢٪) على الترتيب .

وخلص البحث فى هذا المجال ، إلى صعوبة وضع ترتيب ثابت لمراكز وأدوار أنماط الاتصال المختلفة فى مجتمع القرية فى الوقت الراهن ، حيث يرتبط ذلك بطبيعة الموضوعات المطروحة ، وبصفة عامة كلما كان الموضوع محليا ، ويرتبط بصميم حياة القرويين ، تتزايد فعاليات وأدوار قنوات الاتصال الشخصى فى ترويج المعلومات ، مع التميز بين مصادر هذه القنوات أيضا طبقا لطبيعة المجال أو الموضوع . فإذا كان الموضوع عاما ، أو قوميا ، تتزايد فعاليات قنوات الاتصال الجماهيرى ، حيث تلعب هذه القنوات دورها فى تزويد القرويين بالمعارف حول الأحداث القومية أو العالمية ، إما مباشرة أو من خلال تغذية قنوات الاتصال الشخصى بها ، لكى تقوم القنوات الأخيرة بترويجها تبعا لطبيعة الحدث ، مع تميز نسبى لجهاز التليفزيون فى الوقت الحالى على بقية قنوات الاتصال الجماهيرى فى هذا المجال .

٨ - أظهر البحث تمسك القرويين الشديد بأجهزة الإعلام ، بصرف النظر عن أية اعتبارات تتعلق بآرائها أو درجة الاعتماد عليها ، فالغالبية العظمى من المبحوثين (٤٣٩) مبحوثا بنسبة (٢ر٨٦٪) أقروا فى الحوار معهم بعدم القدرة على الاستغناء عن الراديو ، فهو فى تصورهم وسيلة متاحة - لمن يريد - معرفة أحوال الدنيا بنسبة (٧ر٤١٪) ، والتسلية بنسبة (٨ر٢٩٪) ، وتعلم أشياء جديدة بنسبة (٧ر١٣٪) .. الخ .

وبالمثل أظهر المبحوثون ميلا عاما لإقرار عدم إمكانية الاستغناء عن التليفزيون ، فقد أقر بذلك (٤١٢) مبحوثا بنسبة (٩ر٨٠٪) ، وأرجعوا ذلك إلى اعتماد القرويين عليه فى التسلية فى المقام الأول (٩ر٣٤٪) ، ومعرفة أحوال الدنيا بنسبة (٦ر٢٦٪) ، وتعلم أشياء جديدة بنسبة (٢ر٢٣٪) ،

وكيفية التصرف السليم بنسبة (٤ر٤٪) . ولم يتجاوز عدد من أشار إلى إمكانية الاستغناء عن التليفزيون عن (٨٧) مبحوثا بنسبة (١ر١٧٪) فقط من إجمالى المبحوثين أفراد العينة ، وأرجعوا ذلك إلى تضييع الوقت ، وإلهاء الناس فى التوافه ، وعدم الاهتمام بمصالح الناس فى القرية . ومع ذلك ، ومع شدة تمسك القرويين بالتليفزيون ، فقد كشف الحوار المتعمق معهم عن تنامى اتجاهات عدائية بينهم تجاه التليفزيون بسبب ما يعرضه أحيانا من مشاهد يعتبرونها خروجا على المألوف والتقاليد وضد الدين .

ولا يختلف الأمر كثيرا على مستوى الجرائد . فقد عبر الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٦٣) مبحوثا بنسبة (٧ر٨٧٪) عن استفادتهم من قراءة الجرائد ، وتمسكهم بها ، فهى مصدر متاح – لمن يرغب – فى التزود بالمعارف حول الأحداث السياسية ، وأحيانا الحوادث ، والرياضة ، والأمور الدينية ، وبرامج الإذاعة والتليفزيون ، وأحوال الطقس والموضوعات الأدبية والفنية .. الخ ، فى حين لم يتجاوز عدد من أقر بعدم استفادته من قراءة الجرائد عن (٣٥) مبحوثا بنسبة (٧ر١١٪) من إجمالى الأفراد الذين يتعرضون للصحف ، الأمر الذى يشير – كما هو الحال مع الراديو والتليفزيون – إلى عدم استغناء غالبية القرويين ممن لديهم المعرفة بالقراءة عن الصحف ، بصرف النظر عن درجة المصداقية التى يحظى بها مضمونها بينهم .

ويخلص البحث فى هذا المجال إلى أهمية التمييز بين تمسك القرويين على المستوى اللفظى بأجهزة الإعلام الجماهيرية ، وإقرارهم العام بعدم القدرة على الاستغناء عنها ، وبين فاعلية هذه الأجهزة أو درجة اعتماد القرويين عليها فى تلبية شئون حياتهم اليومية . حيث لا تزل أجهزة

الإعلام – بالرغم من تراجع دورها الاتصالى أو فاعليتها فى مجتمع القرية – أدوات تلبى للقرويين بعض الاحتياجات ، يأتى على رأسها – كما أشرنا ، الاحتياج الترفيهى ، والفرجة على ممارسة النخبة .

التأثيرات القيمية لأجهزة الإعلام

فإذا تجاوزنا التعرض ، والفاعلية ، ومحاولة تحديد مكانة وأدوار قنوات الاتصال المختلفة فى بناء الاتصال فى مجتمع القرية ، إلى حجم مساهمات أجهزة الإعلام الجماهيرى فى التغيرات الحادثة فى القرية المصرية ، وبالذات التغيرات القيمية حول قيم : الأرض ، والعمل ، والتعليم ، والتعاون ، والادخار ، والتضامن العائلى ، فإننا نجد تفاوت تأثيرات أجهزة الإعلام على هذه القيم ، بتفاوت طبيعة كل منها ، مع الميل العام للتدعيم أكثر من التغيير ، ومؤشرات ذلك أظهرها البحث على النحو التالى:

١ – أشارت البيانات إلى محدودية التصورات المتوفرة لدى المبحوثين حول المضامين الإعلامية التى تثيرها أجهزة الإعلام حول قيمة الأرض . فقد أظهر الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٤٥) مبحوثا بنسبة (٤٨ر١٣٪) قدرة محدودة على تحديد ما تطرحه أجهزة الإعلام فى هذا المجال ، فما هو موجود لدى هؤلاء الأفراد عبارة عن كلمات وتعبيرات عامة ومجردة من قبيل : "بتتكلم يابيه عن الأرض والزراعة ، والكيماوى" ، مما يوحى بضعف تأثيرات أجهزة الإعلام فى هذا المجال ، ربما بسبب ضآلة اهتمامها أصلا بهذا الموضوع ، أو ندرة تعرض المبحوث لمضامينها فى هذا الشأن ، على النحو الذى كشف عنه البحث فى موضوع سابق . ومع ذلك ، فقد تمكن (٢٣٣) مبحوثا بنسبة (٤٥ر٨٨٪) من الإشارة إلى أنها تشجع على عدم

السفر . والبقاء لخدمة الأرض الزراعية ، وهو موقف قيمى مهم تروج له أجهزة الإعلام ، أو على الأقل هذا هو الموجود فى تصوراتهم عن عملياتها فى هذا المجال ، وذلك بصرف النظر عن تبنى أو عدم تبنى هذا الموقف . وفضلا عن ذلك ، فهى فى تصور هؤلاء الأفراد ، تدعو إلى عدم التعدى على الأرض الزراعية والمحافظة عليها ، وهو التعدى الذى اتسع نطاقه فى السنوات الأخيرة ، ومازال مستمرا ، ويستقطع سنويا جانبا كبيرا من أجود الأرض الزراعية ، مما يشير إلى انعدام تأثيرات الحملات الإعلامية فى هذا المجال ، الذى تحكمه ظروف موضوعية أقوى تدفع بالقرويين فى اتجاه هذا التعدى ، وخاصة وطأة الحاجة إلى السكن .

٢ - تتباين تصورات القرويين - أفراد عينة البحث - حول ما تروج له وسائل الإعلام ويتعلق بقيمة الهجرة ، فقد أشار (٢٤٥) مبحوثا بنسبة (١٣ر٤٨٪) إلى أن هذه الأجهزة لا تشجع على السفر . فى حين أشار (١٦٦) مبحوثا بنسبة (٦٢ر٣٢٪) إلى أنها تشجع عليه ، وعبر (٥٣) مبحوثا بنسبة (٤١ر١٠٪) عن عدم معرفته بما تقوله وسائل الإعلام فى هذا الموضوع ، فى الوقت الذى نفى (٤٥) مبحوثا بنسبة (٨٤ر٨٪) تناول أجهزة الإعلام لهذا الموضوع . ويعود هذا التباين إلى تناقض المضامين الإعلامية المطروحة حول موضوع الهجرة للعمل بالخارج ، وتفاوتها بين التشجيع على السفر باعتباره الحل الوحيد لمشكلات الشباب ، والحصول على العملات الصعبة لدعم ميزان المدفوعات ، وبين الحث على البقاء فى البلد وزراعة الصحراء ، أو إرجاع أسباب ضعف الإنتاج إلى عدم الانتماء والرغبة الصارمة المسيطرة على الجميع لترك البلد . وتشير هذه البيانات إلى تزايد وقع تأثيرات أجهزة الإعلام فى هذا المجال بالنظر إلى تزايد اهتمام كل من

أجهزة الإعلام والجمهور بهذا الموضوع . ويخلص البحث فى هذا المجال إلى أن تناقض مواقف أجهزة الإعلام حول موضوع الهجرة ، وانعكاس هذا التناقض لدى الأفراد على هذا النحو ، أمر له سلبياته ومخاطره على برامج التنمية ، وأن الأمر فى حاجة إلى وضوح رؤيا ، وموقف سياسى واضح فى هذا المجال تلتزم به أجهزة الإعلام .

٣ - أظهر البحث تعدد التصورات التى تثيرها أجهزة الإعلام لدى القرويين حول قيمة العمل ، بتعدد مجالات هذه القيمة ، ولكن معظمها - طبقا للاستجابات اللفظية للمبحوثين - يشير فى اتجاه دعم قيمة العمل ، فقد أشار (٢٥٤) مبحوثا بنسبة (٨ر٣٤٪) إلى أن وسائل الإعلام تحث الناس على العمل . وأوضح (١٣٨) مبحوثا بنسبة (١٩٪) أنها تشجع الأفراد على العمل فى أى مهنة ، ثم الحديث عن البطالة بنسبة (٣ر١٢٪) ، والحث على استصلاح الأراضى بنسبة (٤ر٩٪) ، والإعلان عن الوظائف الخالية بنسبة (٧ر٣٪) من إجمالى تصور القرويين لما تثيره أجهزة الإعلام حول قيمة العمل . ولم تتجاوز نسبة التصورات السلبية التى تشير إلى أن أجهزة الإعلام تتحدث عن تراخى الناس فى العمل أو كسلها ، والتسيب وعدم الجدية ، أو أن هذه الأجهزة لا تتحدث إطلاقا فى هذا الموضوع عن (٢ر٣٪) و (٥ر٧٪) على الترتيب ، وهى كلها بيانات تؤكد أهمية دعم عمليات أجهزة الإعلام فى هذا المجال بتقديم المثل والنموذج ، والقدوة فى الحرص على العمل ، والانضباط ، والمحافظة على الوقت .. ألخ .

٤ - يتوفر لدى الجانب الأكبر من المبحوثين (٣٦٤) مبحوثا بنسبة (٤ر٤٥٪) تصور بأن أجهزة الإعلام تحث الأفراد على التعليم . وأشار (١٣٧) مبحوثا بنسبة (٢ر١٧٪) إلى أن هذه الأجهزة تساهم فى التعليم بإعطاء الدروس

للطلبة فى الراديو والتليفزيون ، كما أنها تتحدث عن مشاكل ، التعليم وبالذات الدروس الخصوصية بنسبة (٦ر١١٪) ، وتعلم الطلبة كيفية المذاكرة السليمة والاهتمام بدروسهم بنسبة (٥ر٥٪) ، كما أنها تشجع على التعليم الفنى وتفضيله على التعليم العام بنسبة (٤٪) من إجمالى تصورات المبحوثين عن مضامين أجهزة الإعلام حول قيمة التعليم .

وكان اللافت للنظر هنا هو تضاؤل نسبة الاستجابات التى تشير إلى تحقير أجهزة الإعلام للشهادات (١٢) مبحوثا فقط بنسبة (٢٠ر١٪) ، وذلك رغم الميل العام لأجهزة الإعلام للترويج لهذا المنحى منذ حقبة الانفتاح ، والذى كشفت عنه دراسات عدة ، وحيث تسود الرؤية المادية للتعليم عبر أجهزة الاعلام ، فالشهادات لم يعد لها قيمة ، والعمل اليدوى أو الحرفى أصبح يدر دخلاً أكبر إلى غيرها من التصورات الملموسة فى مضامين أجهزة الإعلام فى هذا المجال . وربما يعود هذا الانخفاض فى تأثير هذا المنحى من المعالجات على تصورات الأفراد إلى الرغبة الصارمة لدى المبحوثين للتمسك بالتعليم ، وبالتالى ميلهم للتعبير عن هذه الرغبة فى استجاباتهم اللفظية ، أو ربما يرجع ذلك إلى ضعف ارتباط المبحوثين بأجهزة الإعلام ومحدودية تأثرهم بمضامينها فى هذا المجال .

٥ - يرى (٤٣٠) مبحوثا بنسبة (٥ر٨٢٪) أن أجهزة الإعلام تحث الناس على التعاون والمحبة ، فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنها لا تشجع على التعاون عن (٢٠) مبحوثا بنسبة (٨ر٣٪) من إجمالى أفراد العينة . وأوضح (٣٨) مبحوثا بنسبة (٣ر٧٪) أنها لا تتعرض لهذا الموضوع ، أو على الأقل لا تترك تأثيرات على تصوراتهم فى هذا المجال ، ولم يتمكن (١٦) مبحوثا بنسبة (١ر٣٪) من معرفة حقيقة ما تقوله أجهزة الإعلام حول قيمة التعاون.

٦ - تترك عمليات أجهزة الإعلام انطباعاً لدى الأفراد حول قيمة الادخار ، بالميل إلى تشجيع الادخار واستثمار الأموال فى البنوك أو فى دفاتر التوفير بمكاتب البريد ، باعتبارها الأكثر ضماناً وأمنا بنسبة (٧٠ر٧١٪) كما أنها تناقش قضية فوائد البنوك هل هى حلال أم حرام بنسبة (٩٣ر٣٪) ومال (١٢٤) مبحوثا بنسبة (٣٧ر٢٤٪) لترديد استجابات سلبية تتفاوت بين لا أعرف ، أو أنها لا تتحدث فى هذا الموضوع بنسبة (٢٢ر١٠٪) لكل منهما ، وبين نفى وجود أموال زائدة عن الحاجة مع الناس للادخار .

وكان الملاحظ هنا هو اختفاء إشارة المبحوثين إلى تلك المضامين التى تشجع على الاستهلاك والبذخ فى الإنفاق وبالذات الإعلانات التجارية ، وربما يعود ذلك إلى الميل العام لدى المبحوثين للرد بإيجابية "وكله تمام" أو لعلها تراجع القدرة النقدية أو التحليلية لدى العديد من القرويين لعوامل شتى ، من بينها التعرض السلبى الغالب للمضامين الإعلامية .

٧ - ترى الغالبية العظمى من المبحوثين (٣٨٥) مبحوثا بنسبة (٦٤ر٧٥٪) ، ربما بسبب عدم القدرة على الحوار أو الميل للتعبير عما ينبغى أن يكون ، إلى تأكيد تشجيع أجهزة الإعلام على صلة الرحم ، والمودة أو الاحترام المتبادل بين أعضاء الأسرة الواحدة ، ومع ذلك ، فقد أشار (٨١) مبحوثا بنسبة (٩١ر١٥٪) إلى أن ما ينشر عبر وسائل الإعلام يسير فى اتجاه تأكيد "أن المشاكل لا تأتى إلا من القرايب" ، وبالتالى فهى تترك تأثيرات سلبية لديهم على قيمة التضامن العائلى . وفى نفس الإتجاه أضاف (٢٣) مبحوثا بنسبة (٥٢ر٤٪) أن وسائل الإعلام تشجع على الفردية ، وأن ينصرف كل فرد إلى حال سبيله على حد تعبيرهم . ومال (٢٠) مبحوثا بنسبة (٩٣ر٣٪) إلى

السلبية وترديد عبارة "مش عارف" ، وهى العبارة التى توحى بمحدودية قدرة المبحوث على الحوار أو لعله الخوف أو ضعف تأثيرات أجهزة الإعلام على هؤلاء الأفراد .

٨ - عبرت الغالبية العظمى من القرويين على المستوى اللفظى (٣٧٧) مبحوثا بنسبة (٧٤٫٧٪) عن رضائها عن الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن مجتمع القرية ، وأظهر البحث عند محاولة تعميق الحوار معهم بطرح التساؤل ازاى ؟ عدم الاطمئنان إلى دقة هذه الاستجابات اللفظية ، حيث ردوا فى ذلك استجابات واهية ولا توحى بمصداقية ، من قبيل : "بتذكر الواقع ، وعلشان بيقولوا القرية هى الأساس ، وعلشان ما فيش فى القرية حاجة وحشة !!" وهى جميعها استجابات غير جدية ، وسبق للمبحوثين فى موضع سابق حديثهم عن ضرورة نزول أجهزة الإعلام إلى القرية للتعبير بصدق عن مشاكلها .

وفى المقابل عبر (١٢٣) مبحوثا بنسبة (٢٤٫٦٪) عن عدم رضائهم عن الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية ، وأشاروا فى ذلك إلى المبالغة ، والانفصال عن الواقع وأحوال القرية وظروفها ومشاكلها ... ألخ . ولا يختلف الأمر كثيرا بين نتائج استجابات المبحوثين اللفظية حول الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية ، والطريقة التى تتحدث بها عن الفلاحين ، حيث ظلت الغالبية العظمى من المبحوثين (٧١٫٣٢٪) تعبر عن رضائها عن هذه الطريقة . وبصفة عامة ، فإن الانطباع الذى يخرج به الباحث من الحوارات مع المبحوثين أفراد العينة حول تصورهم للطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية أو الفلاح ، هو الميل العام لإعطاء إجابات مثالية أو إيجابية فى هذا المجال ، أما بسبب شكلية ،

أو عدم أهمية القضية موضوع الحوار من وجهة نظر المبحوثين ، وبالتالى محاولة إكرام الباحث ومجاراته وإعطائه انطباعا زائفا فى هذا المجال ، وإما بسبب الطابع السلبى الغالب على تعرض القرويين لمضامين أجهزة الإعلام ، وتضاؤل قدرة العديد منهم على الحوار أو التفاعل مع هذه المضامين ، التى ينفصل معظمها عن واقع حياتهم اليومية .

٩ - يخلص البحث فى مجال التأثيرات القيمية لأجهزة الإعلام إلى أن معظم تأثيرات هذه الأجهزة تنحصر فى الجوانب المعرفية دون السلوكية ، وحيث تقف عقبات كثيرة أمام توظيف المعارف المكتسبة ، على شكليتها أو محدوديتها ، فى دنيا الواقع ، وهو ما يجعلنا نؤكد فى النهاية تراجع التأثير الفعلى الذى تلعبه قنوات الاتصال الجماهيرى على السلوك العملى للقرويين ، وأن دورها الغالب هو دور تدعيمى أكثر منه تغييرى فى مجتمع القرية على النحو الذى أشرنا إليه من قبل .

ثانيا : التصور المستقبلى

على ضوء المعطيات السابقة ، وما توصل إليه البحث من حقائق تكشف عن ترهل بناء الاتصال فى مجتمع القرية ، وعجزه بأوضاعه الحالية عن القيام بأية مساهمات أو أدوار حقيقية فى إعادة بناء القرية المصرية وتطويرها ، فإنه يمكن تصور مستقبل النظام الاتصالى فى القرية المصرية وفقا للسيناريوهات التالية :

١ - فى حالة استمرارية الأوضاع الراهنة والتى تتميز بضعف اهتمام أجهزة الإعلام بنوعيها المركزى والمحلى بالريف ، وعدم قدرتها على تلبية الاحتياجات الإعلامية للقرويين ، وانفصال جل مضمونها عنهم وعن مشاكل حياتهم اليومية ، وانصراف القرويين عن هذه الأجهزة ، ومحدودية الوقت

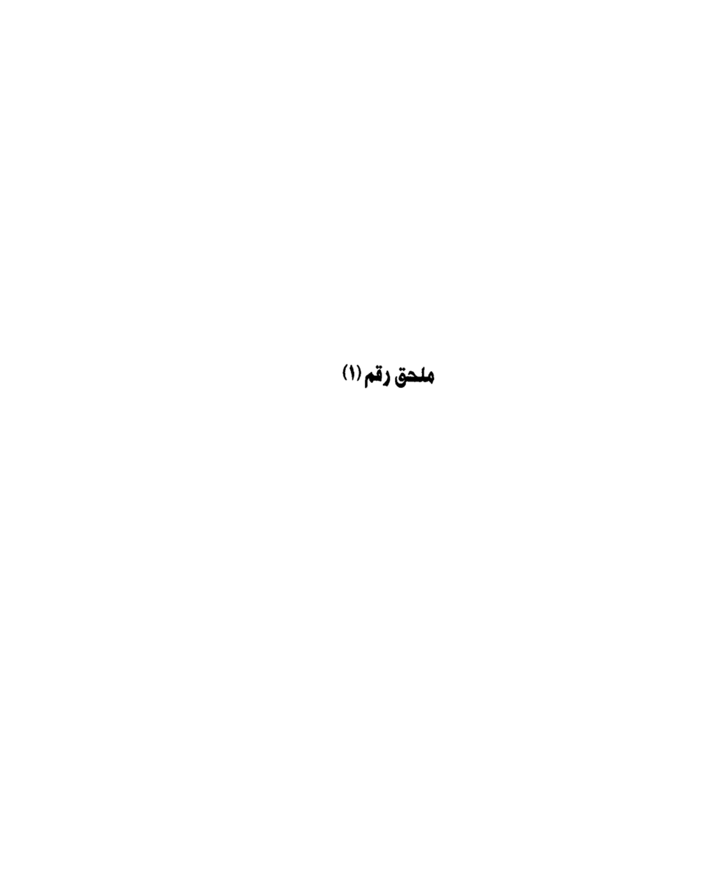
الذى يمنحونه لها ، وانحصار تعاملهم مع أجهزة الإعلام على الجانب الترفيهى والتعرض السلبى للمضامين المثارة ، فمن المتوقع أن تتزايد الهوة بين مكونات بنية الاتصال الحالية ، وسوف تتجه هذه الهوة نحو المزيد من التباعد والانفصال بحيث تعمل قنوات الاتصال الجماهيرى فى واد ، وقنوات الاتصال الشخصى بأنواعها المختلفة فى واد آخر ، مما يدفع القرويين فى اتجاه إقامة نظامهم الاتصالى الخاص والمستقل عن نظام الاتصال الرسمى بقنواته الجماهيرية والشخصية ، وذلك بمساعدة تكنولوجيا الاتصال الصغيرة ، مثل شرائط التسجيل والڤيديو ، ومكبر الصوت ، والنشرات الصحفية ، والتليفون ... الخ .

٢ - فى حالة إدخال بعض التحسينات على أداء قنوات الاتصال الجماهيرى بإدخال بعض التحسين على برامجها ، وزيادة حيز اهتمامها بالقطاع الريفى ، وتقوية علاقتها بقنوات الاتصال الشخصى الرسمى ، والمضى قدما فى سياسة نشر الإعلام الإقليمى ، مع استمرارية الظروف الموضوعية الراهنة بجوانبها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، فى القرية المصرية ، دون التدخل ببرنامج تنموى طموح يستهدف التغيير للأفضل ولصالح إعادة بناء القرية المصرية ، فإن علاقة القرويين بأجهزة الإعلام ستظل محدودة ، وسيظل النظام الاتصالى يعانى من العجز والقصور فى تلبية احتياجات القرويين كما هو الحال مع الوضع القائم .

٣ - فى حالة الإقدام على تنفيذ برنامج تنموى متكامل وغير متحيز يتصدى فى الأساس للقضايا والمشاكل الحقيقية التى تعانى منها القرية المصرية ، ويأخذ فى الاعتبار مصالح واهتمامات الغالبية المنتجة بالقرية ، وإقامة نسق للاتصال الجماهيرى المحلى (صحافة ، إذاعة ، تليفزيون) يعمل بالتعاون

والتنسيق مع قنوات الاتصال الشخصى فى إطار خطة التنمية المشار إليها ، مع تعديل التوجهات السلبية الراهنة للكتاب ورجال الإعلام والمثقفين المصريين بعامة نحو الريف ، ودعم ارتباطهم بالقرية المصرية وتفاعلهم مع مشاكلها ومجريات التغيير بها ، فمن المتوقع أن يدفع ذلك إلى تنشيط بناء الاتصال فى القرية ويعود إليه تماسكه وتزداد فاعليته ومساهماته فى إعادة بناء القرية المصرية .


الملاحـــق


ملحق رقم (١)

قائمة بيليوجرافية للبحوث الإعلامية بالقرية

مرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا

١ – مليكة ، لويس كامل ، بناء الاتصال فى القرية المصرية ، دراسة سوسيومترية فى أنماط الاتصال والتأثير ، جمهورية مصر العربية ، مركز التدريب على تنمية المجتمع فى العالم العربى بسرس الليان ، ١٩٦٣ .

٢ – عودة محمود ، أنماط الاتصال والتغيير الاجتماعى ، دراسة ميدانية فى قرية مصرية ، رسالة دكتوراه ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس ، ١٩٦٩ .

٣ – صالح ، ناهد ، تقويم وسائل الإعلام فى الريف ، البرامج الريفية بالاذاعة ، القاهرة ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، د . ت .

٤ – الحارونى ، يوسف ، دور وسائل الإعلام فى خلق النظرة العلمية بالجمهورية العربية المتحدة ، رسالة دكتوراه ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٠ .

٥ – اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، مكافحة الأمية بالراديو ، بحث ميدانى على عينة من متابعى مكافحة الأمية ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، ١٩٧٠ .

٦ – اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، النتائج الإجمالية لدراسة الاستماع إلى برامج الإذاعة خلال أيام ١ – ٤ يونيو ١٩٧١ ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٧١ .

٧ – درة ، طاهر حسن ، دراسة فى الإعلام الريفى وآثاره على تنمية المجتمع الريفى المحلى فى الجمهورية ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة الأزهر ، ١٩٧٣ .

٨ – الشافعى ، عماد مختار أحمد ، دراسة تحليلية لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للقادة المحليين بالريف ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٣ .

٩ – عبدالحليم ، محى الدين ، الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام المحلى ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٣ .

١٠ – اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، دراسة تحليلية للاستماع إلى البرامج الإذاعية خلال ستة أيام تبدأ من الخميس ٢١ سبتمبر ١٩٧٣ وحتى الثلاثاء ٢٥ سبتمبر من ذلك الشهر ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٧٣ .

١١ - اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، دراسة تحليلية لمشاهدة البرامج التليفزيونية خلال ستة أيام تبدأ من الخميس ٢١ سبتمبر ١٩٧٣ وحتى الثلاثاء ٢٥ من ذلك الشهر ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٧٣ .

١٢ - عجوة ، على السيد ، دور الإعلام فى تنظيم الأسرة بالريف المصرى ، رسالة دكتوراه ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٤ .

١٣ - أبو العز ، على صالح ، أثر وسائل الاتصال الجماهيرى فى نشر الوعى الزراعى ، دراسة أثر البرامج الريفية التليفزيونية ، على معارف مجموعة مختارة من مشاهديها فى ريف جمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة . ١٩٧٤ .

١٤ - البادى ، محمد محمد ، طبيعة الصحافة الريفية ، ودورها فى المجتمعات النامية مع التطبيق على المجتمع المصرى ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٥ .

١٥ - جهاز تنظيم الأسرة والسكان ، استطلاع الرأى فى تنظيم الأسرة قبل احداث مؤثر إعلامى وبعده ، القاهرة ، وحدة بحوث الاتصال بجهاز تنظيم الأسرة والسكان ، ١٩٧٥ .

١٦ - محمود ، رفعت عبدالباسط ، دراسة كشفية عن نوادى الاستماع(الراديو) ومدى مساهمة أعضائها فى تنمية القرية بمحافظة القليوبية ، رسالة ماجستير ، كلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة حلوان ، ١٩٧٦ .

١٧ - طلعت ، شاهيناز ، دور وسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية فى مصر ، دراسة تطبيقية على إحدى القرى المصرية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام جامعة القاهرة، ١٩٧٦ .

١٨ - رزق ، سامية سليمان ، دور الاتصال الشخصى فى نشر الأفكار الزراعية المستحدثة فى المجتمعات الريفية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .

١٩ - عبدالحليم ، محى الدين ، الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام ، دراسة ميدانية فى الريف المصرى ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .

٢٠ - لاشين ، ياسين أحمد ، دور العلاقات العامة فى التنمية الاجتماعية فى المجتمعات المحلية مع دراسة ميدانية لتأثير نوادى الاستماع فى الريف ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .

٢١ - الخولى ، حسن أحمد ، بناء الاتصال فى قرية عصفور محافظة الدقهلية بجمهورية مصر العربية ، القاهرة مركز بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

٢٢ - العبد ، عاطف عدلى ، دور الإذاعة الصوتية فى تغيير النظرة التقليدية إلى المرأة فى القرية ، دراسة ميدانية فى قرية مصرية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

٢٣ - أحمد ، عماد مختار، بناء الاتصال فى قرية زاوية أبو مسلم بمحافظة الجيزة بجمهورية مصر العربية ، القاهرة ، مركز بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى بجامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

٢٤ - إبراهيم ، محمد معوض ، دور التليفزيون فى التنمية الاجتماعية فى الريف المصرى ، دراسة تطبيقية على بعض قرى الريف المصرى ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

٢٥ – خضر ، فتحى حامد ، بناء الاتصال فى قرية ليلة محافظة الدقهلية ، القاهرة ، معهد بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى ، ١٩٧٩ .

٢٦ – المنوفى ، كمال ، بناء الاتصال فى قرية تلوانه محافظة المنوفية ، جمهورية مصر العربية ، القاهرة ، مركز بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

٢٧ – أحمد ، محمد حلمى ، بناء الاتصال فى قرية البليدة محافظة الجيزة ، القاهرة ، مركز بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى بجامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

٢٨ – اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، تقييم برامج تنظيم الأسرة فى الإذاعة والتليفزيون ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٧٩ .

٢٩ – اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، تقييم البرامج الدينية فى الإذاعة والتليفزيون ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٧٩ .

٣٠ – بباوى ، نرجس حلمى ، دور التليفزيون كوسيلة إعلامية فى نشر الوعى الإعلامى الزراعى بالريف المصرى ، دراسة تطبيقية على البرامج الريفية بتليفزيون جمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩.

٣١ – عمر ، نوال محمد ، دراسة سوسيولوجية عن دور السينمافى التنمية الاجتماعية بالتطبيق على ثلاث قرى ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، جامعة أسيوط ، ١٩٧٩ .

٣٢ – صالح ، سلوى سليمان ، تأثير البرامج الريفية بالإذاعة على تغيير المجتمع الريفى ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٠ .

٣٣ – أبو العز ، على صالح ، تقييم البرامج الريفية فى تليفزيون جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٠ .

٣٤ – عطا ، عبدالخبير محمود ، وسائل الإعلام والتنمية السياسية فى الدول النامية ، البرامج السياسية فى إذاعة القاهرة ، كحالة للدراسة ، رسالة دكتوراه ، القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، ١٩٨٠ .

٣٥ – مراد ، محمود ، الطفل المصرى ووسائل الإعلام ، مؤسسة الأهرام ، ١٩٨٠.

٣٦ – اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، الإذاعة والتليفزيون ووسائل الاتصال الأخرى فى الدعوة إلى تنظيم الأسرة ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٠ .

٣٧ – جامعة الاسكندرية ، الإعلام والشباب المصرى فى جامعة الاسكندرية ، أبحاث إعادة بناء الإنسان المصرى ، التقرير الخامس ، الشباب المصرى فى إطار التنمية الاجتماعية والاقتصادية ، الاسكندرية ، ١٩٨٠ .

٣٨ – سالم ، نادية ، تأثير وسائل الإعلام على المشاركة السياسة عند المواطن المصرى ، دراسة تجريبية على عينة من الريف ، القاهرة ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٠.

٣٩ – صالح ، ناهد ، معلومات الجمهور المصرى عن أساسيات العلم والتكنولوجيا، بحث مقارن بين الريف والحضر ، القاهرة ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٠ .

٤٠ - حسن ، نوال شاهين ، دور وسائل الإعلام فى الإذاعة والتليفزيون فى تنمية الأسرة، القاهرة ، الهيئة العامة للاستعلامات ، ١٩٨٠ .

٤١ - أبو بكر ، يحيى ؛ عبدالرحمن ، عبد المعز ، دراسة استطلاعية لإذاعة محلية تلبى الاحتياجات والرغبات فى بيئة محلية ، القاهرة ، اتحاد إذاعات الدول العربية بالتعاون مع الهيئة العامة للاستعلامات واتحاد الإذاعة والتليفزيون ، ١٩٨٠ .

٤٢ - المسلمى ، إبراهيم الدسوقى ، الصحافة الإقليمية ودورها فى تنمية المجتمعات المحلية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨١ .

٤٣ - عبدالحميد ، صلاح الدين ، تأثير الصحيفة اليومية على القراء فى القرية المصرية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٢ .

٤٤ - أحمد ، عبدالحميد إبراهيم ، الآثار التعليمية لاستخدام البرامج التليفزيونية الزراعية الخاصة فى بعض المناطق المستصلحة حديثا ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة بمشتهر ، جامعة الزقازيق ، ١٩٨١ .

٤٥ - نوار ، محمد حلمى ، الأمية وتطورها وعلاقتها بتملك الريفيين وتعرضهم لأدوات الاتصال الجماهيرى فى قرية مصرية ، المجلة الاجتماعية القومية ، المجلد ١٨ ، العدد ٣ سبتمبر ، ١٩٨١ .

٤٦ - سالم ، نادية ، تأثير وسائل الاتصال على عينة من قادة الرأى والمواطنين فى الريف المصرى فى : المؤتمر الدولى السادس للإحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكان ، ٢٩ مارس - ١٢ أبريل ١٩٨١ .

٤٧ - عمر ، نوال محمد ، دور الإعلام الدينى فى تغيير بعض قيم الأسر الريفية والحضرية ، دراسة ميدانية مقارنة على عينة من شباب الريف والحضر ، رسالة دكتوراه ، كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، ١٩٨١ .

٤٨ - اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، بحث الإذاعة المحلية لمحافظة الغربية عام ١٩٨٢ ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٢ .

٤٩ - أحمد ، إلهام الدسوقى ، بناء الاتصال فى قرية مصرية ، دراسة ميدانية فى الاتصال الزراعى بقرية مصرية ، رسالة ماجستسر ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٣ .

٥٠ - المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط ، آراء الأطفال فى برامج وإعلانات التليفزيون ١٩٨٢ ، القاهرة ، المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط ، ١٩٨٣ .

٥١ - المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط ، آراء المشاهدين الكبار فى برامج وإعلانات التليفزيون ، القاهرة ، المجموعة الاستشارية ، ١٩٨٣ .

٥٢ - عبدالنبى ، عبدالفتاح ، الصحف اليومية فى مصر وقضايا تنمية الريف ، دراسة تحليلية لمضمون جريدة الأهرام فى الفترة من ١٩٥٢ - ١٩٨٠ ، رسالة ماجستير، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٣ .

٥٣ - اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، بحث إذاعة العاصمة (القاهرة الكبرى) ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٣ .

٥٤ - اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، برامج رمضان ١٩٨٢ ، نتائج ومقترحات ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٣ .

٥٥ - اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، تقييم برامج التليفزيون ١٩٨٣ ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٣ .

٥٦ - اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، تقييم برامج الإذاعة عام ١٩٨٣ ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، ١٩٨٣ .

٥٧ - رزق ، سامية سليمان ، ترشيد برامج الأطفال فى الإذاعة المسموعة كأداة لتثقيف الطفل المصرى ، دراسة تطبيقية تحليلية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٤ .

٥٨ - طلعت ، شاهيناز ؛ سلوى ، إمام ، استخدام الاتصال فى التوعية بالمشكلة السكانية بقرية دسيا محافظة الفيوم ، دراسة تجريبية ، القاهرة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ومنظمة اليونسكو ، وجهاز تنظيم الأسرة والسكان ، ١٩٨٤ .

٥٩ - فهمى ، محمد محمد ، علاقة الدراما التى يعرضها التليفزيون بالأمراض النفسية دراسة تجريبية لعلاقة الدراما التى يعرضها التليفزيون بمرض ضغط الدم فى الريف المصرى ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٤ .

٦٠ - العبد ، عاطف عدلى ، دور التليفزيون فى إمداد الطفل المصرى بالمعلومات من خلال برامج الأطفال ، دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٤ .

٦١ - سالم ، نادية حسن ، دراسة وصفية عن الوحدات الإعلامية التى وزعت على الوحدات المحلية التابعة لمشروع السكان والتنمية ، القاهرة ، جهاز تنظيم الأسرة والسكان . ١٩٨٤ .

٦٢ - عبدالمجيد ، ليلى ، استخدام الاتصال فى التوعية بالمشكلة السكانية بقرية البراجيل بمحافظة الجيزة ، دراسة قبلية - بعدية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، منظمة اليونسكو وجهاز تنظيم الأسرة والسكان ، ١٩٨٤ .

٦٣ - اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، دراسة تحليلية لمشاهدة التليفزيون خلال أسبوع من السبت ١٤/٩/١٩٨٥ . حتى الجمعة ٢٠/٩/١٩٩٥ ، القاهرة ، الاتحاد ١٩٨٥ .

٦٤ - اتحاد الإذاعة والتليفزيون ومركز بحوث الرأى العام بجامعة القاهرة ، اتجاهات الرأى العام نحو برامج الإذاعة والتليفزيون ، القاهرة ، مايو ١٩٨٦ .

٦٥ - السنجرجى ، إيمان مصطفى ، صورة الفلاح المصرى فى الدراما التى يعرضها التليفزيون ، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .

٦٦ - العبد ، عاطف عدلى ، علاقة الطفل المصرى بوسائل الاتصال ، دراسة ميدانية ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٦ .

٦٧ - عبدالله ، محمد حسن ، مشاهدة التليفزيون وعلاقتها بالتوافق الشخصى والاجتماعى لدى بعض أطفال الريف المصرى ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ١٩٨٦ .

٦٨- طلب ، محمد نبيل محمد محمود ، الصورة التى تعرض بها المهن خلال الدراما التليفزيونية وتأثيراتها على الجمهور ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .

٦٩ - اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، بارومتر الاستماع الأسبوع من ١٩٨٥/٩/١٤ إلى ١٩٨٥/٩/٢٠ ، القاهرة ، الاتحاد ، يناير ١٩٨٦ .

٧٠ - مرسى ، ميرفت محمد كامل ، تأثير وسائل الاتصال على تنمية الوعى الصحى فى مصر ، دراسة تجريبية على قرية مصرية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .

٧١ - علام ، يسرية أحمد ، اتجاهات الزراع نحو المستحدثات الزراعية ، رسالة دكتوراه، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .

٧٢ - طنبوشة ، على أحمد ، وسائل الاتصال الجمعى والوعى السياسى ، دراسة ميدانية بقرية مصرية ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، قسم الاجتماع ، جامعة عين شمس، ١٩٨٦ .

٧٣ - عبدالنبى ، عبدالفتاح إبراهيم ، دور الصحافة فى تغيير القيم الاجتماعية ، دراسة ميدانية فى منطقة شبه حضرية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ١٩٨٧ .

٧٤ - عبده ، محمود يوسف مصطفى ، دور قادة الرأى الدنيين فى معالجة قضايا الشباب، دراسة ميدانية فى الريف المصرى ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧ .

٧٥ - حسن ، زينب ، أثر الطرق والوسائل الإرشادية المستحدثة فى حملة النهوض بمحصول الأرز فى محافظة دمياط ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .

٧٦ - كحيل ، عبدالوهاب ، تأثير التليفزيون والفيديو على القرية المصرية ، دراسة ميدانية على عينة من أسر المهاجرين العائدين ، القاهرة ، مكتبة المدينة ، ١٩٨٧.

٧٧ - البكرى ، فؤداة عبدالمنعم ، دور قصور الثقافة الجماهيرية فى الريف والحضر ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .

٧٨ - فهمى ، نجوى عبدالسلام عبدالعزيز ، دور مجلات الأطفال فى إمداد الطفل المصرى بالمعلومات ، دراسة تحليلة وميدانية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٨ .

٧٩ - رضا ، عدلى ؛ الشربينى ، وسامى ، علاقة المستمع المصرى بالإذاعات العربية والدولية الموجهة ، الطباعى العربى ، ١٩٨٨ .

٨٠ - اتحاد الإذاعة ، والتليفزيون ، المواد الإخبارية فى الإذاعة والتليفزيون ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٩ .

٨١ - حسن ، السيد بهنس ، وسائل الإعلام المحلية ودورها فى تزويد الطفل المصرى بالمعلومات ، دراسة تطبيقية مقارنة ، رسالة دكتوراه ، معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس ، ١٩٨٩ .

٨٢ - عبدالنبى ، عبدالفتاح ، الإعلام وهجرة المصريين ، دراسة فى الدور التنموى للإعلام ، القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٨٩ .

٨٣- اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، المنوعات والبرامج الترفيهية بالإذاعة والتليفزيون ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٩ .

٨٤- عبدالجواد ، خالد أحمد ، معالجة إذاعة الشعب لقضايا ومشكلات الريف المصرى ، دراسة تحليلية مع التطبيق على قرية مصرية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٨٩ .

٨٥- عبدالكريم ، إبراهيم سعيد ، دور إذاعة وسط الدلتا فى خدمة المجتمع المحلى ، دراسة تحليلة وميدانية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٨٩ .

٨٦- اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، دور الإذاعة والتليفزيون فى التصدى لظاهرة الإدمان بين الشباب ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٩٠ .

٨٧- اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، استطلاع رأى الجمهور حول نشرة أخبار التاسعة مساء فى التليفزيون ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٩٠ .

٨٨- عبدالنبى ، عبدالفتاح ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق ، القاهرة، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ .

٨٩- جنيد ، حنان فاروق محمد ، دور الاتصال فى إنتشار المستحدثات ، دراسة تطبيقية على انتشار مجموعة من المستحدثات الاقتصادية والصحية فى مصر ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٩٠ .

٩٠- عمر ، نوال ، الفيديو والناس ، كتاب الهلال ، ١٩٩٠ .

٩١- اتحاد الإذاعة والتليفزيون ومركز الإعلام والتعليم والاتصال ، اتجاهات المستمعين والمشاهدين نحو برامج الإذاعة والتيفزيون فى مجال التوعية بالمشكلة السكانية ، القاهرة ، ١٩٩٠ .

٩٢ - خليل ، نجوى حسين ، الجامعة المفتوحة ، استطلاع للرأى حول البرامج التعليمية فى التليفزيون ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٩٠ .

٩٣ - العوادلى ، سلوى محمد يحيى ، دور الاتصال فى التنشئة السياسية والاجتماعية ، دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٩٠ .

٩٤ - الغرباوى ، محمد عبدالحميد ، دور الصحافة المصرية اليومية فى التنشئة السياسية للمراهقين ، دراسة تطبيقية على تلاميذ المرحلة الإعدادية ، رسالة ماجستير ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، ١٩٩١ .

٩٥ - اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، استطلاع آراء الشباب حول برامجهم المقدمة من الإذاعة والتليفزيون ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٩١ .

٩٦ - مختار ، هبة مسعد أحمد ، تأثير وسائل الاتصال على تنظيم الأسرة فى الريف المصرى ، دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٩١ .

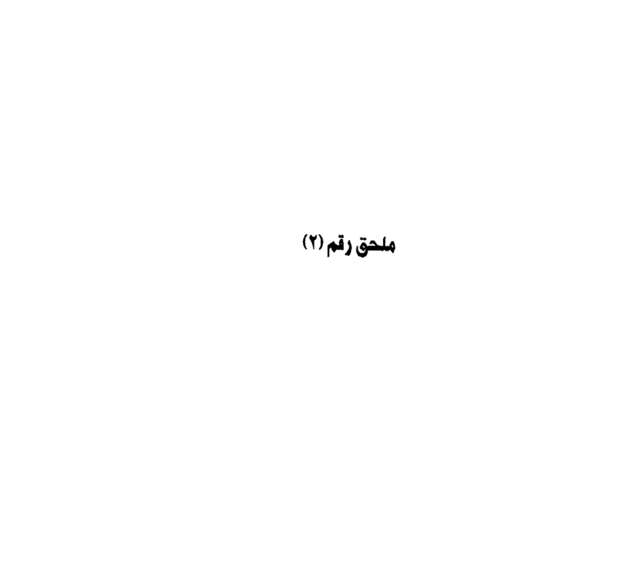
٩٧ - عتران ، محمد سيد محمد على ، دور الاتصال فى عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية ، دراسة تطبيقية مقارنة على قريتين مصريتين ، دكتوراه ، كلية الإعلام ، ١٩٩١ .

٩٨ – عبدالرحمن ، محمود ، الصحافة الزراعية والتعاونية فى مصر ، مركز عمر لطفى للتدريب بالإسماعيلية .

٩٩ – محمد ، خيرت معوض ، دور الاتصال فى التنمية السياسية ، دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٩٢ .

١٠٠ – عبدالنبى ، عبد الفتاح ، الإعلام وجرائم البيئة الريفية ، دراسة فى الإعلام البيئى، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٢ .

ملحق رقم (٢)



١ - اسـم القريـة ☐

٢ - اسـم المركـز ☐

٣ - اسـم المحافظـة ☐

٤ - تاريـخ التطبيـق

٥ - اسـم الباحـث

٦ - اسم المراجع الميدانى

٧ - اسم المراجع الميدانى

اولا : بيانات تتعلق بحجم وسلوك التعرض

س١ : انت بتعرف الأخبار اللى بتجرى فى الدنيا منين أكثر ؟

(تقرأ المتغيرات ويختار بديل واحد)

١ – مـن النـاس

٢ – من التليفزيون

٣ – مـن الراديـو

٤ – مـن الجرائـد

٥ – أخـرى تذكـر

س٢ : ياترى انت بتشوف التليفزيون كل يوم واللا بظروفها والا مابتشوفش خالص ؟

١ – كـل يـوم
٢ – بظروفهـا
(ينتقل إلى س٤ مباشرة)

٣ – لا أشاهـده (يسأل س٣ ثم ينتقل إلى س٢٦ مباشرة)

س٣ : وليه مابتتفرجش على التليفزيون ؟

١ – لاأمـلك جهـاز تليفزيـــون

٢ – المشاكل وعدم وجود وقت

٣ – الفرجة على التليفزيون حرام

٤ – اتفرج علـى الڤيديـو أحسن

٥ – أخـــرى تذكـــر

س٤ : ياترى إيه أكثر حاجات بتحب تشوفها فى التليفزيون ؟

(لاتقرأ المتغيرات)

١ – نشرات الأخبار والتعليقات السياسية	( )	☐
٢ – الإعلانـــــــــات	( )	☐
٣ – البرامــج الدينيــة والقــرآن الكريـــم	( )	☐
٤ – البرامــج التعليميــة	( )	☐
٥ – برامج الفلاحـين والإرشـاد الزراعى	( )	☐
٦ – الأفلام والمسلسلات	( )	☐
٧ – البرامج الجماهيرية	( )	☐
٨ – البرامــج الثقافيــة	( )	☐
٩ – المباريات الرياضية	( )	☐
١٠ – برامج المرأة والطفل	( )	☐
١١ – حفلات ومسرحيات	( )	☐
١٢ – أخـــــرى تذكـــر	( )	☐

س٥ : طيب وأنه أحسن حاجة بيقدمها التليفزيون ؟

–

–

–

س٦ : وياترى إيه اللى ماتحبش تشوفه أبدا فى التليفزيون وتحب أنهم يلغوه ؟

–

–

–

س٧ : قولى أنت بتشوف المسلسل العربى اللى بيتذاع كل يوم فى التليفزيون ؟

١ - نعم

٢ - أحيانا

٣ - لا ينتقل إلى س ١١ مباشرة

س٨ : إيه رأيك فى المسلسلات دى ؟

-

-

-

س٩ : لوفيه مسلسل بيتكلم عن حياة الريف والفلاحين بتحس أنه بيتكلم عنكم والا لا ؟

١ - نعم

٢ - لا

س١٠ : إزاى ؟

-

-

-

س١١ : أنت متعود تشوف برنامج سر الأرض فى التليفزيون ؟

١ - نعم

٢ - بظروفها (أسال س١٢)

٣ - لا

س١٢ : ياترى الميعاد اللى بيذاع فيه البرنامج ده مناسب واللا لا ؟

١ - مناســـب

٢ - غــير مناســب

٣ - لايعرف الميعاد

٤ - أخرى تذكــر

س١٣ : ياترى إيه رأيك فى البرنامج ده ؟

١ - مفيد وكويس (أسأل س ١٤)

٢ - غير مفيــد (أسأل س ١٥)

٣ - أخرى تذكر

س١٤ : تقدر تقولى إيه أهم حاجة بتعجبك فيه واستفدت منها ؟

-

-

-

س١٥ : طب إيه اللى مش عجبك فيه ؟

-

-

-

س١٦ : بتشوف إعلانات التليفزيون ؟

١ - نعم

٢ - أحيانا

٣ - لا (ينتقل إلى س٢٠ مباشرة)

س١٧ : إيه رأيك فيها ؟

-

-

-

س١٨ : ياترى اللى فى البيت بيبقوا عايزين يشتروا الحاجات اللى بتيجى فى إعلانات التليفزيون ؟

١ – نعم (يسأل ١٩) ☐

٢ – لا (ينتقل إلى س ٢٠ مباشرة)

س١٩ : وبيقدروا يشتروها ؟

١ – نعم ☐

٢ – لا

س٢٠ : بتشوف الإعلانات بتاعة تنظيم الأسرة ؟

١ – نعم ☐

٢ – لا (ينتقل إلى س ٢٢ مباشرة)

س٢١ : إيه رأيك فيها ؟

١ – كـــلام فاضـــــــــى

٢ – ضد الدين وإرادة ربنـــا

٣ – الناس بتتفرج وخلاص

٤ – كويســـــــة ومفـــــيدة ☐

٥ – أخـــــرى تذكـــــــــر

س٢٢ : طيب وإعلانات معالجة الجفاف عند الأطفال إيه رأيك فيها ؟

-

-

-

س٢٣ : وإعلانات البلهارسيا إيه رأيك فيها ؟

-

-

-

س ٢٤ : فى العادة : أنت بتتفرج على التليفزيون لوحدك واللا مع حد تانى ؟

١ - لوحـــــده (ينتقل إلى س٢٦ مباشرة) ☐

٢ - مــع الأهـــل

٣ - حسب الظروف

٤ - أخـــرى تذكر

س٢٥ : طب ياترى بتحب تناقش اللى بتشوفه معاهم واللا بتتفرج وخلاص ؟

١ - بيناقش ويقــول رأيــه ☐

٢ - يكتفى بالمشاهدة فقط

٣ - حســب الظـــروف

س٢٦ : ياترى أنت متعود تسمع الراديو واللا لا ؟

١ - دايمـــــا ☐

٢ - حسب الظروف

(١ و ٢: ينتقل إلى س٢٨ مباشرة)

٣ - لاأسمعـــــه (أسأل ٢٧ ثم ينتقل إلى س٤٩ مباشرة)

س٢٧ : وليه مبتسمعش الراديو ؟

١ – ليس لديه وقت
٢ – لايملك راديو
٣ – الراديو للناس الفائقة
٤ – لايحب الراديو
٥ – يفضل مشاهدة التليفزيون أو الفيديو
٦ – أخرى تذكر

س٢٨ : وإيه الحاجات اللى بتحب تسمعها فى الراديو أكثر ؟

(تقرأ المتغيرات ويمكن اختيار أكثر من بديل)

١ – الأخبار والتعليقات السياسية ( )
٢ – المسلسلات الإذاعية ( )
٣ – برامج المرأة والطفل ( )
٤ – برامج الإرشاد الزراعى ( )
٥ – القرآن الكريم والبرامج الدينية ( )
٦ – الإعلانـــــــات ( )
٧ – برامـــج المنوعـــات ( )
٨ – البرامج الجماهيرية ( )
٩ – الأغانى والموسيقى ( )
١٠– المباريات الرياضية ( )
١١– البرامـج الثقافيـة ( )
١٢ – أخرى تذكر ( )

س٢٩ : وإيه رأيك فى الحاجات اللى الراديو بيقدمها ؟

١ – كويسة (ينتقل إلى س٣١ مباشرة)

٢ – مش دايما كويسة

٣ – سيئـــــــــة

٤ – أخـــرى تذكـــر

س٣٠ : وإيه اللى مش عجبك فى برامج الراديو؟

–

–

–

س٣١ : ومفروض الراديو يعمل إيه علشان يبقى أحسن من كده ؟

(لاتقرأ المتغيرات . ويمكن اختيار أكثر من بديل)

١ – يحسن من برامجه ويجعلها مفهومة ( )

٢ – زيادة البرامج الثقافية والتوعية ( )

٣ – زيادة البرامج الدينية والقرآن ( )

٤ – زيادة الأغانى ( )

٥ – برامج تهتم بمشاكل الناس أكثر ( )

٦ – لاأعرف ( )

٧ – أخرى تذكر ( )

س٣٢ : ياترى إيه المحطات الإذاعية اللى بتحب تسمعها فى الراديو أكثر؟

–

–

–

–

س٣٣ : وليـــــــه ؟

-

-

-

-

س٣٤ : تقدر تقولى أسماء بعض البرامج اللى بتسمعها فى المحطات دى ؟

-

-

-

-

س٣٥ : ياترى فيه لمحافظتكم إذاعة محلية خاصة بها ؟ ☐

١ - نعم

٢ - لا (ينتقل إلى س٤٦ مباشرة)

س٣٦ : وأنت بتسمعها ؟ ☐

١ - نعم

٢ - لا

س٣٧ : ليـــه ؟

-

-

-

س٣٨ : طب سبق وبعت للإذاعة جواب أو شكوى أو اتصلت بيها لأى سبب؟ ☐

١ - نعم

٢ - لا

س٣٩ : أنت شايف أن محطة الإذاعة دى بتفيدكو أكثر واللا محطات الإذاعة الأخرى؟

١ - الإذاعة المحلية ☐

٢ - محطات الإذاعة الأخرى

س ٤٠ : ليـــــه ؟

-

-

-

س٤١ : إيه اللى بتقدمه الإذاعة المحلية خاص بأمور محافظتكم ؟

-

-

-

س٤٢ : ياترى إنت شايف أن الإذاعة المحلية بتساعد فى حل مشاكلكم ؟ ☐

١ - نعم

٢ - لا (ينتقل إلى س٤٥ مباشرة)

س٤٣ : زى إيـــــه ؟

-

-

-

س٤٤ : وساعدت فى حلها إزاى ؟

-

-

-

س٤٥ : إيه اللى ممكن تعمله الإذاعة دى علشان تساهم فى حل المشاكل بتاعتكم ؟

-

-

-

-

س٤٦ : قولى إنت بتسمع إذاعات أجنبية؟

١ – نعم ☐

٢ – لا (ينتقل إلى س٤٩ مباشرة)

س٤٧ : إيه هى الإذاعات دى ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

- الإذاعة البريطانية (لندن) ( ) ☐
- صوت أمريكا ( ) ☐
- مونت كارلو ( ) ☐
- إسرائيل ( ) ☐
- إذاعات عربية ( ) ☐
- أخرى تذكر ( ) ☐

س٤٨ : وإيه اللى عجبك فى الإذاعات دى ونفسك أن إذاعة مصر تعمل زيه؟

-

-

-

س٤٩ : أنت متعود تقرأ الجرائد ؟

١ - نعم
٢ - أحيانا
(ينتقل إلى س ٥٢ مباشرة)

٣ - لا (يسأل س٥٠ ثم ينتقل إلى س٧٠ مباشرة)

٤ - لايعرف القراءة والكتابة (ينتقل إلى س٧٠ مباشرة)

س٥٠ : ياترى كنت بتقرأها قبل كده وبطلت دلوقتى؟

١ - نعم (يسأل ٥١ وينتقل إلى س٧٠ مباشرة)

٢ - لا (ينتقل إلى س٧٠ مباشرة)

س٥١ : وبطلت تقرأها ليه ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

١ - لايوجد وقت ( )

٢ - لايستطيع شراءها ( )

٣ - لم تعد مفيدة ( )

٤ - يكتفى بالراديو والتليفزيون ( )

٥ - لاتصل إلينا بانتظام ( )

٦ - أخرى تذكر ( )

س٥٢ : لوقعدت فترة أسبوعين أو أكثر متقرأش جرايد ياترى يكون إيه إحساسك ؟

(لا تقرأ المتغيرات)

١ – أحس أن شيئا ينقصنى ( )

٢ – أحس أننى مش عارف حاجة فى الدنيا ( )

٣ – أحس بعدم القدرة على الكلام مع الآخرين ( )

٤ – ولاحاجة ( )

٥ – أخرى تذكر ( )

س٥٣ : ياترى إنت بتقرأ جريدة معينة والا أى جريدة ؟

١ – جريدة معينة (يكتب اسمها)

٢ – أى جريدة

س٥٤ : ويتوصلك الجريدة إزاى ؟

١ – باشتريها

٢ – باستلفها من الآخرين

٣ – عامل اشتراك

٤ – أخرى تذكر

س٥٥ : ياترى بتقرأ جرائد من اللى بتطلعها الأحزاب ؟

١ – نعم

٢ – لا (ينتقل إلى س٥٧ مباشرة)

س٥٦ : بتقرأها ليه ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

١ – بتقول رأى المعارضة ( ) ☐
٢ – بتفضـح الفســـاد ( ) ☐
٣ – أخبارهـا صحيحــة ( ) ☐
٤ – بتجيب حاجات أنا راضى عنها ( ) ☐
٥ – بتعبر عن مشاكل الناس ( ) ☐
٦ – بتجيب حاجات مش فى الجرائد الثانية ( ) ☐
٧ – أخرى تذكر ( ) ☐

س٥٧ : ليه مابتقرأش الجرائد الحزبية (لاتقرأ المتغيرات)

١ – بتبالـغ كثيـــر ( ) ☐
٢ – مفهــاش جديـد ( ) ☐
٣ – أخبارها غير مهمة ( ) ☐
٤ – غاليـــــــة ( ) ☐
٥ – لاأتمكن من الحصول عليها ( ) ☐
٦ – لايجـد وقتـــا ( ) ☐
٧ – مفيش فرق بينها وبين الجرائد الثانية ( ) ☐
٨ – أخرى تذكر ( ) ☐

س ٥٨ : ياترى إيه الموضوعات اللى بتحب تقروها وتتابعها دائما فى الجرنال اللى بتقروه (من فضلك رتبها حسب أهميتها)

–
–
–

س٥٩ : ياترى إنت بتقرأ المجلات ؟

١ – نعم

٢ – لا (ينتقل إلى س ٦١ مباشرة)

س٦٠ : ممكن تقولى أسماء المجلات اللى بتفضل تقرأها ؟

–

–

–

–

س٦١ : ليه مابتقرأش المجلات ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

١ – ثمنها غالى ( )

٢ – لايجد وقتا ( )

٣ – غير مهمة ( )

٤ – مفيش فرق بينها وبين الجرائد ( )

٥ – أخرى تذكر ( )

س٦٢ : طب فيه جرنال بيطلع فى المحافظة اللى انتو تابعين لها ؟

١ – نعم

٢ – لا (ينتقل إلى س٦٨ مباشرة)

س٦٣ : وإنت بتقرأ الجرنال ده ؟

١ – نعم

٢ – أحيانا

(١ و ٢ — ينتقل إلى س٦٥ مباشرة)

٣ – لا

س٦٤ : ليه مبتقرأش الجرنال ده ؟

-
-
-
-

س٦٥ : هل سبق فكرت تبعت للجرنال ده جواب أو شكوى أو تقول رأيك فيه فى حاجة بتحصل فى بلدكم ؟

١ - نعم ☐
٢ - لا

س٦٦ : وإيه رأيك فى الجرنال ده ؟

-
-
-
-

س٦٧ : مفروض يعمل إيه عشان يبقى أحسن من كده ؟

-
-
-
-

س٦٨ : تفتكر أنه مهم أن محافظتكو تطلع جرنال خاص بها ؟ ☐

١ - نعم
٢ - لا

س٦٩ : ليـــــه ؟

-

-

-

س٧٠ : طب إنت متعود تسمع شرائط التسجيل ؟

١ - دايمـــــا
٢ - أحيانـــا

(ينتقل إلى س٧٤ مباشرة)

٣ - لايسمعهـا

٤ - أخرى تذكر

س٧١ : ياترى كنت بتسمعها قبل كده وبطلت دلوقتى ؟

١ - نعم (يسأل س ٧٢ ثم ينتقل إلى س ٧٥)

٢ - لا (ينتقل إلى س٧٣ مباشرة)

س ٧٢ : وبطلت تسمعها ليه ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

١ - لـــم يعـــد عنـــده مسجـــل

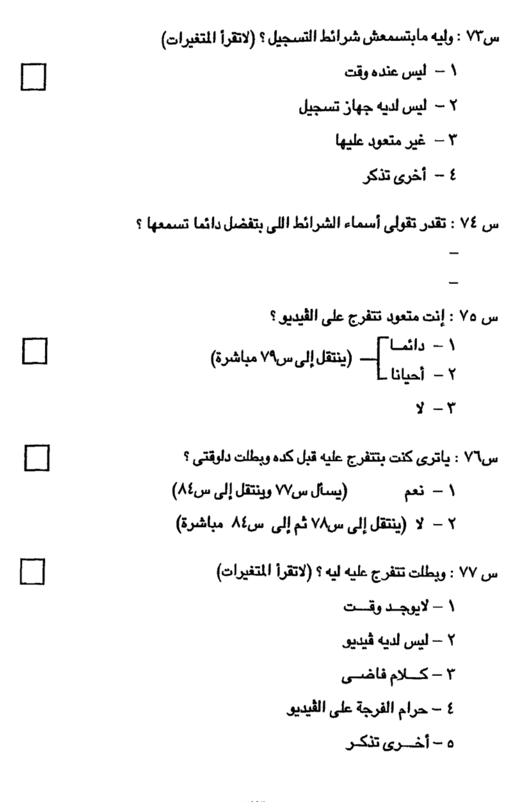
٢ - ليـــس لديــــــه وقـــــت

٣ - يفضل الاستماع إلى الراديو

٤ - يفضـل مشاهـــدة التليفزيـون

٥ - يفضـــل مشـــاهدة الڤيديـــو

٦ - أخـــرى تذكـــــر



س٧٣ : وليه مابتسمعش شرائط التسجيل ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

١ – ليس عنده وقت ☐

٢ – ليس لديه جهاز تسجيل

٣ – غير متعود عليها

٤ – أخرى تذكر

س ٧٤ : تقدر تقولى أسماء الشرائط اللى بتفضل دائما تسمعها ؟

–

–

س ٧٥ : إنت متعود تتفرج على الفيديو ؟

١ – دائمـا ⎤ ☐

٢ – أحيانا ⎦ — (ينتقل إلى س٧٩ مباشرة)

٣ – لا

س٧٦ : ياترى كنت بتتفرج عليه قبل كده وبطلت دلوقتى ؟ ☐

١ – نعم (يسأل س٧٧ وينتقل إلى س٨٤)

٢ – لا (ينتقل إلى س٧٨ ثم إلى س٨٤ مباشرة)

س ٧٧ : وبطلت تتفرج عليه ليه ؟ (لاتقرأ المتغيرات) ☐

١ – لايوجـد وقـت

٢ – ليس لديه ڤيديو

٣ – كـلام فاضـى

٤ – حرام الفرجة على الڤيديو

٥ – أخـرى تذكـر



س٧٨ : وليه مابتتفرجش على الڤيديو ؟ (لاتقرأ المتغيرات) ☐

١ – لايوجد وقت

٢ – ليس لديه ڤيديو

٣ – التليفزيون بيجيب كل حاجة

٤ – كلام فاضى

٥ – أخرى تذكر

س٧٩ : طب أنت متعود تتفرج على الڤيديو فين ؟ (لاتقرأ المتغيرات) ☐

١ – فى البيت

٢ – عند الأصدقاء والجيران

٣ – فى المقهى

٤ – أخرى تذكر

س٨٠ : إيه اللى بتحب تتفرج عليه فى الڤيديو أكثر ؟ (لاتقرأ المتغيرات) ☐

١ – أفلام مصرية

٢ – أفلام هندية

٣ – أفلام ورقصات

٤ – أغانى ورقصات

٥ – مسلسلات

٦ – أخرى تذكر

س٨١ : ياترى حصل قبل كده واتفرجت فى الڤيديو على فيلم بيوريك طريقة جديدة فى رى أرضك أو زراعتها أو ازاى تستعمل حاجة جديدة؟

١ – نعم ☐

٢ – لا (ينتقل إلى س ٨٤ مباشرة)

س٨٢ : وإنت حسيت أنك استفدت من الفيلم ده ؟

١ – نعم ☐

٢ – لا

س٨٣ : إزاى ؟

–

–

–

ثانيا : فعالية أجهزة الإعلام واتجاهات الجمهور نحوها

س٨٤ : الواحد لوحب يشغل وقته الفاضى يشغله فى إيه أحسن ؟ (لاتقرأ المتغيرات) ☐

١ – فى الدردشة

٢ – فى مشاهدة التليفزيون

٣ – فى الاستماع للراديو

٤ – فى قراءة الجرنال

٥ – فى مشاهدة الڤيديو

٦ – فى الاستماع إلى التسجيل

٧ – أخرى تذكر

س٨٥ : طب الواحد لو عاوز يعرف إيه اللى بيجرى فى الدنيا ياترى يعمل إيه ؟

(لاتقرأ المتغيرات) (ويختار بديل واحد)

١ – يشاهد التليفزيون ☐

٢ – يقرأ الجرايد

٣ – يسمع الراديو

٤ – يقعد مع الناس ويتكلم معاهم

٥ – أخرى تذكر

س٨٦ : لما يكون فيه موضوع الناس بتختلف عليه زى تنظيم الأسرة . ياترى الناس فى البلد بتصدق الكلام اللى بيقوله مين أكثر ؟

(تقرأ المتغيرات ويختار بديل واحد)

١ – الراديـــــو ☐

٢ – التليفزيون

٣ – الجرائـــد

٤ – ماحدش فى البلد بيصدق حاجة من دى فى الموضوع ده

٥ – أخرى تذكر

س ٨٧ : ليـــــه ؟

–

–

–

س ٨٨ : طب ويتصدق فى تنظيم الأسرة مين أكثر من دول ؟

(تقرأ المتغيرات ويختار بديل واحد)

☐

١ - شيخ الجامع

٢ - الطبيـــــب

٣ - المـــــدرس

٤ - العمـــــدة

٥ - الدايـــــة

٦ - الجيران أو الأصدقاء

٧ - أخـرى تذكـر

س ٨٩ : ليـــــه ؟

-

-

-

س ٩٠ : فى رأيك الناس فى البلد هنا ممكن تستغنى عن الراديو ؟

١ - لاتستطيع الاستغناء عنه (يسأل س٩٣)

٢ - تستطيع الاستغناء عنه

٣ - تستطيع الاستغناء عنه لفترة

(يسأل س ٩١) [للبديلين ٢ و ٣]

٤ - فيه ناس تستطيع وناس لا (يسأل س٩٢)

س ٩١ : ليه يقدروا يستغنوا عن الراديو ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

☐

١ - مافيش فيه حاجة تهمهـم

٢ - كان زمان ودلوقتى ماعدش

٣ – التليفزيون موجود دلوقتى

٤ – المسجلات والأغانى متوفرة دلوقتى

٥ – الجرائد بتغنى عن الراديو

٦ – أخرى تذكر

س ٩٢ : إنت شايف مين من الناس فى البلد بيستفاد أكثر من الراديو ؟

(لاتقرأ المتغيرات) (ويمكن اختيار أكثر من بديل)

١ – الفلاحون ( ) ☐

٢ – العمال ( ) ☐

٣ – الحرفيون (سمكرى – سباك – كهربائى – مكوجى) ( ) ☐

٤ – المهنيون (محامى – مهندس – طبيب – معلم) ( ) ☐

٥ – الموظفون ( ) ☐

٦ – الطلاب ( ) ☐

٧ – أخرى تذكر ( ) ☐

س٩٣ : طب الراديو بيفيد البلد هنا فى إيه ؟ (لاتقرأ المتغيرات) ويختار بديل واحد .

١ – الناس بتعرف منه اللى بيجرى فى الدنيا . ( ) ☐

٢ – الناس بتعرف منه حقوقها ( ) ☐

٣ – بيسلى الناس شوية عن مشاكلها ( ) ☐

٤ – الناس بتعرف منه قرارات الحكومة ( ) ☐

٥ – الناس بتتعلم من الراديو حاجات كثيرة ( ) ☐

٦ – أخرى تذكر ( ) ☐

س٩٤ : ياترى الواحد ممكن يستغنى عن التليفزيون ؟

١ – ممكن ☐

٢ – مش ممكن (ينتقل إلى س٩٦ مباشرة)

٣ – ممكن يستغنى عنه لفترة

س٩٥ : ليه ممكن الاستغناء عن التليفزيون ؟

(لاتقرأ المتغيرات)

١ – هو زينة فى البيت وبس ( ) ☐

٢ – بيضيع الوقت ويلهى الناس عن شغلها ( ) ☐

٣ – مابيهتمش بمصالح وحاجات الناس فى البلد ( ) ☐

٤ – كلام فاضى ( ) ☐

٥ – أخرى تذكر ( ) ☐

س ٩٦ : ياترى التليفزيون مهم ليه ؟

(لاتقرأ المتغيرات ويمكن للمبحوث أن يطرح أكثر من بديل)

١ – بيسلى الناس ( ) ☐

٢ – الناس بتعرف منه أحوال الدنيا ( ) ☐

٣ – الواحد بيتعلم حاجات كثيرة من التليفزيون ( ) ☐

٤ – الناس بتعرف منه قرارات الحكومة ( ) ☐

٥ – بيعلم الواحد إزاى يتصرف صح ( ) ☐

٦ – أخرى تذكر ( ) ☐

س : ٩٧ ياترى هل فيه موضوعات فى الجرائد بتحس لما بتقرأها أنك استفدت منها؟[1]

١ - نعم

٢ - لا (ينتقل إلى س٩٩ مباشرة)

س٩٨ : ممكن تقولى زى إيه ؟

-

-

-

س٩٩ : إيه اللى مابيعجبكش فى الجرائد ؟

-

-

س١٠٠ : تقدر تقولى بتستفاد من قراءتك للجريدة فى إيه عموما؟

(لاتقرأ المتغيرات ويمكن للمبحوث أن يطرح أكثر من بديل)

١ - فى التسلية ( )

٢ - فى معرفة أحوال الدنيا ( )

٣ - فى خلق موضوعات للحوار مع الناس ( )

٤ - فى معرفة الحقوق وقضاء المصالح ( )

٥ - فى اتخاذ القرار الصحيح ( )

٦ - الواحد بيثقف نفسه ( )

٧ - أخرى تذكر ( )

(١) ملحوظة الأسئلة من س٩٧ إلى س١٠٠ لاتوجه إلى الأميين ممن لايعرفون القراءة والكتابة من أفراد العينـــة .

س١٠١ : الناس فى البلد هنا لما تحب تعرف حاجة عن موضوع معين زى السفر بره مثلا ياترى تعرف منين أكثر؟

(تقرأ المتغيرات ويختار بديل واحد)

☐

١ – من الراديو

٢ – من التليفزيون

٣ – فى الجرائد

٤ – الحاجات دى مابتفدش هنا فى الموضوع ده

س١٠٢ : ليـــــــه

–

–

–

–

س١٠٣ : طب وبتعرف فى موضوع السفر بره من مين أكثر من دول ؟

(تقرأ المتغيرات ويختار بديل واحد)

☐

١ – من شيخ البلد

٢ – من العمـــدة

٣ – من الطبيـــب

٤ – من المهنـــدس

٥ – من المعـــارف

٦ – من مكاتب السفريات

٧ – أخرى تذكر

س١٠٤ : طب ولوكانت حاجة بخصوص زراعة صنف معين ياترى تعرفها منين أكثر ؟

(تقرأ المتغيرات ويختار بديل واحد)

١ – الراديـــو

٢ – التليفزيون

٣ – الجرائـــد

٤ – المهندس الزراعى

٥ – الأهالى

٦ – بتوع الجمعية الزراعية

٧ – أخرى تذكر

س١٠٥ : انهو فى الحاجات اللى حاقولك عليها بيعبر عن مشاكل الناس أكثر ؟

وانهو مبيعبرش عنها خالص؟

	تعبر عن مشاكل الناس (١)	مش دايما (٢)	لا تعبـــر (٣)
الصحـــف	–	–	–
الراديـــو	–	–	–
التليفزيون	–	–	–

س١٠٦ : تقدر تقولى إيه المشاكل المهمة اللى الراديو والتليفزيون والصحف ماتكلمتش عنهـــا؟

–

–

–

س١٠٧ : ياترى فى نظرك إزاى ممكن الصحف والراديو والتليفزيون تعبر عن مشاكل الناس هنا ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

١ – بالنزول إلى الناس هنا فى القرية	( )	☐
٢ – الاهتمام أكثر بالريف ومشاكله	( )	☐
٣ – بتنظيم برامج معينة للريف	( )	☐
٤ – بعقد الندوات واللقاءات وإجراء الأبحاث	( )	☐
٥ – مش عارف	( )	☐
٦ – أخرى تذكر	( )	☐

ثالثا : *الجوانب القيمية لدى المبحوثين*

س١٠٨ : ياترى الراديو والتليفزيون والجرائد بتقول إيه عن الأرض الزراعية ؟

–

–

–

–

س١٠٩ : وبتقول إيه عن سفر الناس بره علشان يشتغلوا ؟

–

–

–

–

س١١٠ : ياترى الراديو والتليفزيون والجرائد لما بيتكلموا عن العمل وشغل الناس النهارده بيقولوا إيه ؟

(لاتقرأ المتغيرات والمبحوث يمكن أن يطرح أكثر من بديل)

١ – بتحبب الناس فى العمل ( )

٢ – بتشجيع الناس على العمل فى أى مهنة ( )

٣ – لاتناقش الموضوع ده ( )

٤ – تتحدث عن البطالة بين الشباب ( )

٥ – تتحدث عن تراخى الناس فى العمل وكسلها ( )

٦ – بتحث الشباب على استصلاح الأراضى وتعمير الصحراء ( )

٧ – بتعلن عن الوظائف الخالية ( )

٨ – أخرى تذكر ( )

س١١١ : ياترى الراديو والتليفزيون والجرائد لما بتتكلم عن التعليم بتقول إيه ؟

(لاتقرأ المتغيرات ويمكن للمبحوث أن يطرح أكثر من بديل)

١ – بتحث على التعليم ( )

٢ – بتهمل الموضوع ده ( )

٣ – بتتكلم عن مشاكل التعليم والدروس الخصوصية ( )

٤ – بتعطى دروس للطلبة فى الراديو والتليفزيون ( )

٥ – كلام غير موضوعى أو واقعى ( )

٦ – بتعرف الطلبة إزاى يذاكروا ويهتموا بدرسهم ( )

٧ – بتقول للناس سياسة الحكومة فى التعليم ( )

٨ – الشهادات ماعدش لها لزمة ( )

٩ – التعليم الفنى أحسن ( )

١٠– مش عارف ( )

١١– أخرى تذكر ( )

س١١٢ : ولما بتتكلم عن مساعدة الناس لبعضهم وتعاونهم بتقول إيه ؟

(لاتقرأ المتغيرات ويمكن اختيار أكثر من بديل)

١ - بتحث الناس على التعاون والمحبة ( ) ☐

٢ - لاتشجع على التعاون ( ) ☐

٣ - لاتتعرض للموضوع ده ( ) ☐

٤ - لاأعرف ( ) ☐

٥ - أخرى تذكر ( ) ☐

س١١٣ : وبتقول إيه عن الادخار ؟

-

-

-

-

س١١٤ : ولما بتتكلم عن القرايب واللى بيحصل بينهم وإزاى يتعاملوا مع بعض بتقول إيـــه ؟

س١١٥ : وإيه رأيك فى الطريقة اللى بيتكلموا بيها عن القرية ؟

-

-

-

-

س١١٦ : إزاى

-

-

-

س١١٧ : طب ورأيك إيه فى الطريقة اللى بيتكلموا بيها عن الفلاحين ؟

-

-

-

-

س١١٨ : إزاى ؟

-

-

-

-

س١١٩ : ياترى إنت شايف أن الراديو والتليفزيون والجرائد بتأثر فى الناس ؟

١ - تؤثـــر ☐

٢ - أحيانا

٣ - لاتؤثر (ينتقل إلى س١٢١ مباشرة)

س١٢٠ : بتأثر إزاى ؟

-

-

-

س١٢١ : ياترى سبق واتعمل فى بلدكوا اجتماع لمناقشة موضوع معين واللاعرض سينما أو مسرح واللامرت عليكو قافلة ثقافية من اللى بتتنقل من مكان للتانى ؟

١ - نعم (يسأل س١٢٢)

٢ - لا

س١٢٢ : وإنت حضرت حاجة من دى ؟

١ - نعم

٢ - لا

س١٢٣ : ليه ؟

-

-

-

رابعا : بيانات أولية عن المبحوث

١- **النوع :** ذكر ( ) أنثى ( )

٢- **السن :** (رقم حقيقى)

٣- **الحالة الاجتماعية**

١ - أعزب ٢ - متزوج

٣ - أرمل ٤ - مطلق

٤ - الحالة التعليمية :

١ - أمـــــى
٢ - يقـرأ ويكتب
٣ - مؤهل دون المتوسط
٤ - مؤهل متوسط
٥ - مؤهل فوق المتوسط
٦ - مؤهـل عـال
٧ - أخــــرى تذكـــــر

٥ - المهنة الأساسية :

١ - فــلاح
٢ - حرفـى
٣ - تاجـر
٤ - موظف
٥ - مهنـى
٦ - عامل
٧ - طالب
٨ - أخرى

٦ - الحيازة الزراعية

١ - يحوز
٢ - لايحوز

٧ - حجم الحيازة

٨ - نمط المعيشة

١ - يعيش فى أسرة مستقلة
٢ - يعيش مع العائلة

٩ - وصف المسكن

أ - الشكل العام :

١ - نمط تقليدى* ٢ - نمط حديث**

ب - عدد الطوابق :

جـ - عدد الغرف

د - الإضـــــاءة

١ - كهرباء ٢ - كيروسين ٣ - موتورز

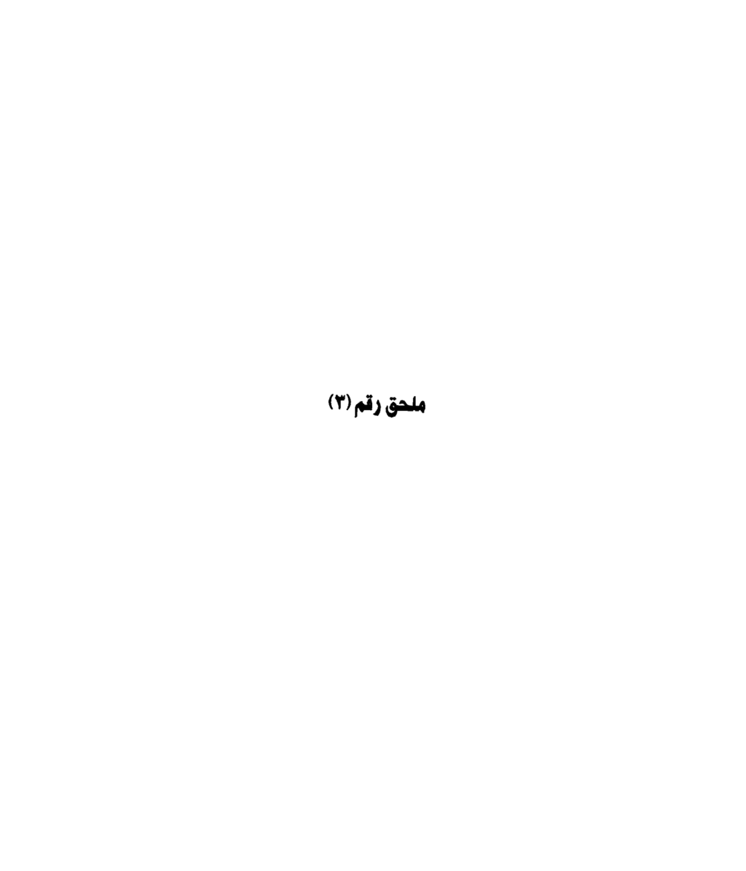
هـ - الميـــاه

١ - شبكة ٢ - طلمبة ٣ - أخرى تذكر

خامسا : ملاحظات الباحث عن المبحوث والمقابلة :

* نمط تقليدى : البيت المبنى بالطوب اللبنى والطين ومرصع بالخوص .

** نمط حديث : البيت المبنى كله بالطوب الأحمر وبالأعمدة الخرسانية وسقف بالمسلح .



ملحق رقم (٣)

جدول رقم (١)

العلاقة بين المصدر الاكثر ترويجا للأخبار بين القرويين والموقع الجغرافى

الموقع	وجه بحرى المنوفية				وجه قبلى						
	مناوهلة		كفر مناوهلة		أبوجرج		المسودة		الإجمالى		
المصدر	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
من الناس	١٤	٣٣ ٣	٨	١٩ ٢	١٩	٤٤ ٤	٢	٤	٤٣	٨ر٤	١٠٠
التليفزيون	١١٤	٣٣ ٢٢	٥٧	١٦ ١١	١٥٨	٤٦ ٣٢	١٨	٥ ٤	٣٤٧	٦٨ر٢	١٠٠
راديو	٢٠	٣٠ ٤	٥	٨ ١	٣٧	٥٦ ٧	٤	٦ ١	٦٦	١٣	١٠٠
جرائد	٢٢	٤٢ ٤	١٢	٢٣ ٢	١٧	٣٢ ٣	٢	٢	٥٣	١٠ر٤	١٠٠
الإجمالى	١٧٠	٣٣ر٤		١٦.١	٣٢١	٤٥ر٤	٢٦	٥ر١	٥٠٩		١٠٠

كا^{٢} = ٩ر٩

مستوى معنوية = ٣٦ر (ليست دالة)

جدول رقم (٢)

العلاقة بين المصدر الاكثر ترويجا للاخبار بين القرويين والمهنة

المهنه	فلاح		حرفي		تاجر		موظف		مهني		عامل		طالب		غير مبين		الإجمالي	
المصدر	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
من الناس	٢٨	٤ر٩ ٥ر٥	٢	١٠ ر٤	٤٣	٨ر٥	٢٥	٧ر٤ ٩ر٤	١٨	١١ ٣ر٥	٤٣	٨ر٥	٢٥	٧ر٤ ٩ر٤	١٨	١١ ٣ر٥	٤٣	٨ر٥
من التليفزيون	٢١٢	٧١ ٦ر٤١	١٢	٥٧ ٢ر٤	٣٧٤	٦٨ر٣	٢١٤	٦٣ ١ر٤٢	١٣٣	٧٨ ٢ر٢٦	٣٧٤	٦٨ر٣	٢١٤	٦٣ ١ر٤٢	١٣٣	٧٨ ٢ر٢٦	٣٧٤	٦٨ر٣
من الراديو	٣٧	١٢ ٣ر٧	٥	٢٤ ر١	٦٦	١٢ر٨	٥٦	١٧ ١١	١٠	٦ ٨ر١	٦٦	١٢ر٨	٥٦	١٧ ١١	١٠	٦ ٨ر١	٦٦	١٢ر٨
من الجرائد	٢١	٧ ٤ر١	٢	١٠ ر٤	٥٣	٤ر١٠	٤٣	١٣ ٥ر٨	١٠	٦ ٢	٥٣	٤ر١٠	٤٣	١٣ ٥ر٨	١٠	٦ ٢	٥٣	٤ر١٠
الإجمالي	٢٩٨	١٠٠ ٥ر٥٨	٢١	١٠٠ ٤ر١	٥٠٩	١٠٠	٣٣٨	١٠٠ ٥ر٦٦	١٧١	١٠٠ ٣٤	٥٠٩	١٠٠	٣٣٨	١٠٠ ٥ر٦٦	١٧١	١٠٠ ٣٤	٥٠٩	١٠٠

كا٢ = ٤ر٢١

العلاقة دالة عند ١٠٠٠ر

جدول رقم (٣)

العلاقة بين المصدر الاكثر ترويجا للاخبار بين القرويين والنوع

النـــوع / المصـــدر	ذكـــــر ك	ذكـــــر ٪	أنثـــــى ك	أنثـــــى ٪	إجمالـــى ك	إجمالـــى ٪
مـن النــــاس	٢٥	٧ر٤ ٩ر٤	١٨	١١ ٣ر٥	٤٣	٨ر٥
من التليفزيون	٢١٤	٦٣ ٤٢ر١	١٣٣	٧٨ ٢٦ر٢	٣٧٤	٦٨ر٣
من الراديــــو	٥٦	١٧ ١١	١٠	٦ ١ر٨	٦٦	١٢ر٨
من الجرائـــد	٤٣	١٣ ٨ر٥	١٠	٦ ٢	٥٣	١٠ر٤
الإجمالـى	٣٣٨	١٠٠ ٦٦ر٥	١٧١	١٠٠ ٣٤	٥٠٩	١٠٠

كا٢ = ٢١ر٤

العلاقة دالة عند ٠٠١ر

جدول رقم (٤)

العلاقة بين المهنة ودرجة تعرض القرويين لجهاز التليفزيون

المهنة	فلاح		حرفي		تاجر		موظف		مهني		عامل		طالب		غير مبيين		الإجمالي	
درجة التعرض	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
كل يوم	١٤٨	٥٠	٣	١٤	٦	٤٣	٣١	١٢	١٢	٤٨	٣٥	٥١	٢٢	٦٣	١	١٠٠	٢٥٨	٧ر٥٠
بظروفها	١٢٩	٤٣	١٧	٨١	٨	٥٧	١٤	١٢	١٢	٤٨	٢٧	٤٠	١١	٣١	–	–	٢١٨	٨ر٤٢
لاأشاهد	٢١	٧	١	٥	–	–	٢	١	١	٤	٦	٩	٢	٦	–	–	٣٣	٥ر٦
الإجمالي	٢٩٨	١٠٠	٢١	١٠٠	١٤	١٠٠	٤٧	١٠٠	٢٥	١٠٠	٦٨	١٠٠	٣٥	١٠٠	١	١٠٠	٥٠٩	١٠٠

كا٢ = ٣٣ر٢٣

العلاقة دالة عند ٥٥٠ر

جدول رقم (٥)

العلاقة بين المهنة وتفضيلات مشاهدة القرويين لبرامج التليفزيون

المهنة	فلاح		حرفي		تاجر		موظف		مهني		عامل		طالب		الإجمالي	
درجة التعرض	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نشرات الأخبار	١٠٨	١٦ر٩	٨	٢١ر٢	٧	٢٢ر٧	٢٤	١٩ر٤	١٣	٢٠ر٦	٣٥	٣١ر٤	٨	١٠ر٩	٢٠٣	١٧ر٩
الإعلانات	١٢	١ر٩	–	–	١	٣ر٢	–	–	٢	٣ر٢	٣	١ر٨	–	–	١٨	١ر٦
البرامج الدينية	١٢٦	١٩ر٧	٧	١٨ر٤	٧	٢٢ر٧	٢٥	٢٠ر٢	١٣	٢٠ر٦	٣٦	٢٢ر١	١٢	١٦ر٤	٢٢٦	٢٠ر
البرامج التعليمية	٦	٠ر٩	١	٢ر٦	١	٣ر٢	٢	١٦ر٦	٢	٣ر٢	١	٠ر٦	٧	٩ر٦	٢٠	١ر٨
برامج الفلاحين	٢٥	٣ر٩	–	–	١	٣ر٢	١	٠ر٨	١	١ر٦	٥	٣ر٣	–	–	٣٣	٢ر٩
الأفلام والمسلسلات	٢١٠	٣٢ر٨	١١	٢٨ر٩	٦	١٩ر٤	٢٩	٢٣ر٤	١٣	٢٠ر٦	٣٨	٢٣ر٣	٢٠	٢٧ر٤	٣٢٧	٢٨ر٩
البرامج الجماهيرية	٣٩	٦ر٢	١	٢ر٦	٢	٦ر٤	٤	٣ر٢	٢	٣ر٢	١٢	٧ر٤	٧	٩ر٦	٦٧	٥ر٩
البرامج الثقافية	٥١	٧ر٩	٤	١٠ر٥	٢	٦ر٤	١٩	١٥ر٣	٤	٦ر٣	٦	٣ر٦	٦	٨ر٢	٩٢	٨ر١
البرامج الرياضية	٣١	٤ر٨	٥	١٣ر٢	٣	٩ر٦	١٧	١٣ر٧	١١	١٧ر٥	٢٠	١٢ر٢	٦	٨ر٢	٩٣	٨ر٢
برامج المرأة والطفل	١٣	٢ر	–	–	–	–	٣	٢ر٤	–	–	٢	١ر٢	–	–	١٨	١ر٦
حفلات ومسرحيات	٧	١ر١	١	٢ر٦	١	٣ر٢	–	–	–	–	٣	١ر٩	١	١ر٤	١٣	١ر١
أخرى	١٢	١ر٩	–	–	١	–	–	–	٢	٣ر٢	٢	١ر٢	٦	٨ر٣	٢٢	١ر٩
المجموع	٤٦٠	١٠٠	٣٨	١٠٠	٣١	١٠٠	١٢٤	١٠٠	٦٣	١٠٠	١٦٣	١٠٠	٧٣	١٠٠	١١٣٢	١٠٠

جدول رقم (٦)

العلاقة بين النوع والتعرض للمسلسل العربى اليومى فى التليفزيون

النوع / درجة التعرض	ذكر		أنثى		إجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نعم	١٩٤	٦٢ ٤٠٫٩	١٣٤	٨٤ ٢٨٫٣	٢٨٩	٦٩٫٢
أحيانا	٧٣	٢٣ ١٥٫٤	٢٢	١٤ ٤٫٦	٩٥	٢٠
لا	٤٧	١٥ ٩٫٩	٤	٣ ٫٨	٥١	١٠٫٨
الإجمالى	٣١٤	١٠٠ ٦٦٫٢	١٦٠	١٠٠ ٣٣٫٨	٤٧٤	١٠٠

كا٢ =٢٧٫٤٨

العلاقة دالة عند ٫٠٠١

* النسبة إلى مجموع الأفراد حسب النوع ممن يشاهدون برامج التليفزيون

جدول رقم (٧)

العلاقة بين النوع وتعرض القرويين لإعلانات التليفزيون

النوع / درجة التعرض	ذكر		أنثى		إجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نعم	٢٤٦	٧٩	١٤٦	٩٣	٣٩٢	٨٣
أحيانا	٤١	١٣	٥	٣	٤٦	١٠
لا	٢٨	٨	٩	٤	٣٧	٧
الإجمالى	٣١٣	١٠٠	١٦٠	١٠٠	٤٧٣	١٠٠

كا٢ =١٥٫٧٥

العلاقة دالة عند ٫٠٠٤

* النسبة إلى مجموع الأفراد حسب النوع ممن يشاهدون برامج التليفزيون

جدول رقم (٨)

العلاقة بين المهنة وتعرض القرويين لإعلانات التليفزيون

المهنة	فلاح		حرفي		تاجر		موظف		مهني		عامل		طالب		غير مبين	
درجة التعرض	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
يشاهدها	٢٨	٨٥ ٦ر٤٩	١٣	٦٥ ٨ر٢	١١	٧٨ ٤ر٢	٣٩	٨٣ ٣ر٨	٢١	٩١ ٥ر٤	٤٧	٨٠ ر١٠	٢٧	٨٢ ٨ر٥	٢	١٠٠ ٢ر
أحيانا	٢١٢	٦ ٨ر٣	٧	٣٥ ٥ر١	٣	٢٢ ٦ر	٥	١١ ١ر١	١	٤ ٢ر	٧	١٢ ٥ر١	٥	١٥ ١ر١	–	–
لايشاهدها	٣٧	٩ ٩ر٤	–	–	–	–	٣	٦ ٢ر	٣	١٣ ٢ر	٥	٨ ١ر١	٣	٩ ٢ر	–	–
الإجمالي	٢٧٤	١٠٠ ٣ر٥٨	٢٠	١٠٠ ٣ر٤	١٤	١٠٠ ٢	٤٧	١٠٠ ٦ر٩	٢٥	١٠٠ ٩ر٤	٥٩	١٠٠ ٦ر١٢	٣٣	١٠٠ ١ر٧	٢	١٠٠ ٢ر

كا^{٢} = ١٩ر٢٧

العلاقة دالة عند ١٠٠٠ر

* النسبة إلى مجموع المهن أو الحائزين على أجهزة التليفزيون (يشاهدون برامج التليفزيون)

جدول رقم (٩)

العلاقة بين المهنة والرغبة فى شراء مايرد فى اعلانات التليفزيون

المهنه / مدى الرغبة	فلاح ك	فلاح ٪	حرفى ك	حرفى ٪	تاجر ك	تاجر ٪	موظف ك	موظف ٪	مهنى ك	مهنى ٪	عامل ك	عامل ٪	طالب ك	طالب ٪	غير مبين ك	غير مبين ٪	الإجمالى ك	الإجمالى ٪
نعم	١٩٧	٧٧ ٤٤ر٥	١١	٥٥ ٢ر٥	١٠	٧١ ٢ر٣	٢٧	٦١ ٦ر١	١٨	٨٢ ٤ر١	٣٤	٦١ ٧ر٧	٢٠	٦٢ ٤ر٥	٢	١٠٠ ٢ر	٣١٩	٧١ر٨
لا	٥٧	٢٣ ١٢ر٦	١٠	٤٥ ٢ر	٥	٢٩ ٩ر	١٧	٣٩ ٣ر٨	٤	١٨ ٩ر	٢٢	٣٩ ٥ر	١٣	٣٨ ٢ر٧	–	–	١١٩	٢٨ر٢
الإجمالى	٢٥٤	١٠٠ ٥٧ر٣	٢٠	١٠٠ ٤ر٥	١٤	١٠٠ ٣ر٢	٤٤	١٠٠ ٩ر٩	٢٢	١٠٠ ٥ر	٥٦	١٠٠ ١٢ر٧	٣٢	١٠٠ ٧ر٢	٢	١٠٠ ٢ر	٤٣٨	١٠٠

كا٢ = ١٥ر٥٦ .

العلاقة دالة عند ٣٠ر .

* النسبة إلى مجموع الأفراد المشاهدين للإعلانات .

جدول رقم (١٠)

العلاقة بين المهنة وسلوك تعرض القرويين للتليفزيون

المهنة	فلاح		حرفي		تاجر		موظف		مهني		عامل		طالب		الإجمالي	
المصدر	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
بمفرده	٤	١ ٨ر	١	٥ ٢ر	١	٧ ٢ر	٣	٧ ٦ر	–	–	١	٢ ٢ر	٢	٤ر٧ ٤ر٩	١٣	٢ر٧
مع الأهل	٢٥٢	٩١ ١ر٥٣	١٧	٨٥ ٣ر٦	٩	٦٤ ١ر٩	٤٠	٨٨ ٨ر٤	٢٢	٨٨ ٤ر٤	٥٤	٨٩ ١١ر٤	٢٧	٦٣ ١ر٤٢	٤٢١	٨٨ر٤
حسب الظروف	١٩	٧ ٤ر	٢	١٠ ٤ر	٤	٢٩ ٨ر	٢	٥ ٤ر	٣	١٢ ٦ر	٦	١٠ ١ر٣	٤	١٧ ١١	٤٠	٨ر٤
أخرى	٢	١ ٤ر	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	١٣ ٨ر٥	٢	٤ر
الإجمالي	٢٧٧	١٠٠ ٥٨ر٣		١٠٠ ١ر٤	١٤	١٠٠ ٢ر٩	٤٥	١٠٠ ٩ر٥		١٠٠ ١ر٥	٦١	١٠٠ ١٢ر٨	٣٣	١٠٠ ٦٦ر٥	٤٧٦	١٠٠

العلاقة دالة عند ١٠٠٠ر

كا٢ = ٢١ر٤

جدول رقم (١١)

العلاقة بين الموقع الجغرافى ودرجة سماع القرويين للراديو

الموقع	وجه بحرى المنوفية				وجه قبلى				الإجمالى	
	مناوهلة		كفر مناوهلة		أبوجرج		السودة			
درجة الاستماع	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
دايمــــا	٩٧	٤٦ ١٩ر١	٣١	٢٨ ٦ر١	١١٣	٤٩ ٢٢ر٢	٩	٣٥ ٢ر	٢٥٠	٤٩ر٤
حسب الظروف	٤٤	٢٥ ٨ر٦	٢٦	٤٤ ٧ر١	٧١	٣١ ٣١ر٩	٨	٣٠ ١ر٦	١٥٩	٣١ر٢
لا أسمعــه	٢٩	١٧ ٥ر٧	١٥	١٨ ٢ر٩	٤٧	٢٠ ٩ر٢	٩	٣٥ ١ر٦	١٠٠	١٩ر٤
الإجمالــى	١٧٠	٣٣ر٤	٨٢	١٦.١	٢٣١	٤٥ر٤	٢٦	٥ر١	٥٠٩	١٠٠

كا٢ = ١٣٠٥

مستوى معنوية = ٠٤ر

جدول رقم (١٢)

العلاقة بين المهنة ودرجة سماع القرويين للراديو

المهنة	فلاح		حرفى		تاجر		موظف		مهنى		عامل		طالب		غير مبين		الإجمالى	
درجة الاستماع	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
دائمــا	١٤٧	٤٩ ٢٨ر٩	٥	٢٤ ١ر	٤	٢٩ ٨ر	٢٤	٥١ ٤ر٧	١٣	٥٢ ٢ر٦	٣٧	٥٤ ٧ر٣	٢١	٦٠ ١ر٤	٢٥١	٤٩ر٣	٤٣	٨ر٥
حسب الظروف	٩٠	٣٠ ١٧ر٧	١٣	٦٢ ٢ر٦	٨	٥٧ ١ر٦	١٦	٣٤ ٣ر١	٦	٢٤ ١ر٢	٢٠	٣٠ ٣ر٩	٥	١٤ ١ر	١٥٩	٣١ر٢	٣٧٤	٦٨ر٣
لا أسمعــه	٦١	٢١ ١٢	٣	١٤ ٦	٢	١٤ ٤ر	٧	١٥ ١ر٤	٦	٢٤ ١ر٢	١١	١٦ ٢ر٢	٩	٢٦ ١ر٨	٩٩	١٩ر٤	٦٦	١٢ر٨
الإجمالى	٢٩٨	١٠٠ ٥٨ر٥	٢١	١٠٠ ٤ر١	١٤	١٠٠ ٢ر٨	٤٧	١٠٠ ٩ر٢	٢٥	١٠٠ ٤ر٩	٦٨	١٠٠ ١٣ر٤	٣٥	١٠٠ ٦ر٩	٥٠٩	١٠٠	٥٣	١٠ر٤

كا² = ١٨ر٢٣

العلاقة دالة عند ٦٠ر

جدول رقم (١٣)

العلاقة بين النوع والمضامين والبرامج التى يفضل القرويون سماعها فى الراديو

النوع	ذكور		إناث		المجموع	
التفضيل	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الأخبار والتعليقات السياسية	١٤٢	٢٢ر٣	٢٢	٧ر٦	١٦٤	١٧ر٦
المسلسلات الإذاعية	٦٥	١٠ر٢	٥٧	١٩ر٦	١٢٢	١٣ر١
برامج المرأة والطفل	٥	٠ر٨	٣٤	١١ر٧	٣٩	٤ر٢
برامج الإرشاد الزراعى	١٢	١ر٩	١	٠ر٣	١٣	١ر٤
القرآن الكريم والبرامج الدينية	٢٢٧	٣٥ر٧	٦٥	٢٢ر٤	٢٩٢	٣١ر٦
الإعلانات	١	٠ر١	١	٠ر٣	٢	٠ر٢
برامج الجماهيرية	٣٨	٥ر٩	١٥	٥ر٣	٥٣	٥ر٧
الأغانى والموسيقى	٤١	٦ر٤	٢٢	٧ر٦	٦٣	٦ر٨
المباريات الرياضية	٦٦	١٠ر٣	٥٧	١٩ر٦	١٢٣	١٣ر٣
البرامج الرياضية	١٧	٢ر٧	–	–	١٧	١ر٨
البرامج الثقافية	١٣	٢ر٠	١١	٣ر٩	٢٤	٢ر٦
أخرى تذكر	١١	١ر٧	٥	١ر٧	١٦	١ر٧
المجموع	٨٣٨	١٠٠	٢٩٠	١٠٠	٩٢٨	١٠٠

جدول رقم (١٤)

العلاقة بين المهنة ورأى القرويين فى البرامج التى يقدمها الراديو

المهنة	فلاح		حرفى		تاجر		موظف		مهنى		عامل		طالب		غير مبين		الإجمالى	
الرأى	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
كويسة	٢٣٠	٩٧ ٥٦ر٢	١٨	١٠٠ ٤ر٤	١٠	٨٤ ٢ر٢	٣٢	٨٠ ٨ر٧	١٨	٩٥ ٤ر٤	٥٣	٩٣ ١٣ر	٢١	٨١ ٥ر١	١	٩٧ ٥٦ر٢	٣٨٣	٩٣ر٦
مش دايما كويسة	٥	٣ ١ر٢	–	–	١	٨ ر٢	٨	٢٠ ر٢	١	٥ ر٢	٤	٧ ر١	٥	١٩ ١ر٢	–	–	٢٤	٥ر٩
سيئة	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	٢	٠ر٤
الإجمالى	٢٣٦	١٠٠ ١ر٤	١٨	١٠٠ ٤ر٤	١٢	١٠٠ ٢ر٩	٤٠	١٠٠ ٩ر٨	١٩	١٠٠ ٤ر٦	٥٧	١٠٠ ١٣ر٩	٢٦	١٠٠ ٦ر٤	١	١٠٠ ر٢	٤٠٩	١٠٠

كا٢ = ٦٤

العلاقة دالة عند ٠٠٠ر٠

* النسبة إلى إجمالى كل مهنة ممن يستمعون إلى برامج الإذاعة

جدول رقم (١٥)

العلاقة بين المهنة ومدى معرفة القرويين بوجود إذاعة محلية لمحافظاتهم

المهنة	فلاح		حرفي		تاجر		موظف		مهني		عامل		طالب		غير مبين		الإجمالي	
مدى الرغبة	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نعم	٥٣	٢٣ ١٣	٧	٣٩ ١ر٧	٧	٥٨ ١ر٧	١٨	٤٥ ٤ر٤	٦	٣٢ ١ر٥	٢٦	٤٦ ٦ر٤	٦	٢٣ ١ر٥	–	–	١٢٣	٣٠ر
لا	١٨٢	٧٧ ٤٤ر٦	١١	٦١ ٢ر٧	٥	٤٢ ١ر٢	٢٢	٥٥ ٥ر٤	١٣	٦٨ ٣ر٢	٣١	٥٤ ٧ر٦	٢٠	٧٧ ٤ر٩	١	١٠٠ ٢ر	٢٨٦	٧٠ر
الإجمالي	٢٣٥	١٠٠ ٥٧ر٦	١٨	١٠٠ ٤ر٤	١٢	١٠٠ ٢ر٩	٤٠	١٠٠ ٩ر٨	١٩	١٠٠ ٤ر٧	٥٧	١٠٠ ١٤ر٠	٢٦	١٠٠ ٦ر٤	١	١٠٠ ٢ر	٤٠٩	١٠٠

كا^{٢} = ٢٣ر٢٥

العلاقة دالة عند ٠٠٢ر

جدول رقم (١٦)

العلاقة بين المهنة ومدى الاستماع للإذاعات الأجنبية

المهنة	فلاح		حرفي		تاجر		موظف		مهني		عامل		طالب		غير مبين		الإجمالي	
مدى الاستماع	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نعم	٥٦	٢٤ ١١ر٧	٩	٥٠ ٢ر٢	٣	٢٥ ٧ر	٢٠	٥٠ ٤ر٩	٩	٤٧ ٢ر٢	١٦	٢٨ ٣ر٩	٩	٣٥ ٢ر٢	–	–	١٢١	٢٩ر٨
لا	١٨٠	٧٦ ٤٤	٩	٥٠ ٢ر٢	٩	٧٥ ٢ر٢	٢٠	٥٠ ٤ر٩	١٠	٥٣ ٢ر٤	٤١	٧٢ ١٠	١٧	٦٥ ٢ر٢	١	١٠٠ ٢ر	٢٨٨	٧٠ر٢
الإجمالي	٢٣٦	١٠٠ ٥٧ر٧	١٨	١٠٠ ٤ر٤	١٢	١٠٠ ٢ر٩	٤٠	١٠٠ ٩ر٨	١٩	١٠٠ ٤ر٦	٥٧	١٠٠ ١٣ر٩	٢٦	١٠٠ ٦ر٤	١	١٠٠ ٢ر	٤٠٩	١٠٠

كا٢ = ٢٣ر٣٥

العلاقة دالة عند ٠٠٢ر

جدول رقم (١٧)

العلاقة بين الموقع الجغرافى ودرجة تعود القرويين على قراءة الجرائد

الموقع	وجه بحرى المنوفية				وجه قبلى				الإجمالى	
	مناوهلة		كفر مناوهلة		أبوجرج		المسودة			
درجة التعود	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نعم	٦٢	٣٦ ١٢ر٣	١٨	٢٢ ٣ر٥	٥٧	٢٥ ١١ر٣	٤	١٥ ر٦	٤١	٢٧ر٧
أحيانا	٤٢	٢٥ ٨ر٦	٢٢	٢٨ ٤ر٥	٤٩	٢٢ ٩ر٧	٦	٢٢ ١ر٢	١٢٠	٢٣ر٧
لا	٢٥	١٥ ٤ر٩	٥	٦ ر٨	٢٤	١٠ ٤ر٧	١	٤ ر٢	٥٥	١٠ر٦
لايعرف القراءة والكتابة	٤٠	٢٤ ٧ر٩	٣٧	٣٥ ٧ر٣	٩٩	٤٣ ١٩ر٦	١٦	٥٩ ٣ر٢	١٩٣	٣٨
الإجمالى	١٦٩	٣٣ر٤	٨٢	١٦ر٢	٢٢٩	٤٥ر٣	٢٧	١ر٥	٥٠٩	١٠٠

كا٢ = ٣٢.٣٩

مستوى معنوية = ٢٠٠٠ر

جدول رقم (١٨)

العلاقة بين المهنة ومدى قراءة القرويين للمجلات الصحفية

المهنة	فلاح		حرفي		تاجر		موظف		مهني		عامل		طالب		الإجمالي	
مدى الاستماع	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نعم	٤٤	٤٠ ٩ر١٦	٢	١٨ ١ر١	٥	٥٠ ٩ر١	١٤	٣٣ ٥ر٤	٧	٤١ ٢ر٧	٧	١٩ ٢ر٧	٢٠	٦٢ر٥ ٧ر٧	٩٩	٣٨ر٧
لا	٦٧	٦٠ ٢٥ر٧	٩	٨٢ ٣ر٤	٥	٥٠ ١ر٩	٢٨	٦٧ ١٠ر٧	١٠	٥٩ ٣ر٨	٣٠	٨١ ١١ر٥	١٢	٣٧ر٥ ٤ر٢	١٦١	١ر٣
الإجمالي	١١١	١٠٠ ٤٢ر٥	١١	١٠٠ ٤ر٦	١٠	١٠٠ ٣ر٨	٤٢	١٠٠ ١٦ر١	١٧	١٠٠ ٦ر٥	٣٧	١٠٠ ١٤ر٢	٣٢	١٠٠ ١١ر٩	٢٦٠	١٠٠ ١٠٠

كا^{٢} = ٤٨ر١٨

العلاقة دالة عند ١٠ر

جدول رقم (١٩)

العلاقة بين النوع وتصور القرويين لأحسن شئ لشغل وقت الفراغ

النوع / التصور	ذكور ك	ذكور ٪	إناث ك	إناث ٪	المجموع ك	المجموع ٪
فى الدردشة	٢٩	٣٦ ١٢٫٣	٨	٥ ١٫٦	٣٧	٧٫٣
فى مشاهدة التليفزيون	٧٤	٢٥ ٨٫٦	٥٧	٣٤ ١١٫٣	١٣١	٢٦
فى الاستماع للراديو	٤٤	١٥ ٤٫٩	٧	٤ ١٫٤	٥١	١٠٫١
فى قراءة الجرنال	٢١	٢٤ ٧٫٩	٧	٤ ١٫٤	٢٨	٥٫٦
فى الاستماع للتسجيل	٥	٣٦ ١٢٫٣	–	–	٥	١
أخرى	١٦٦	٢٥ ٨٫٦	٩١	٥٣ ١٨٫١	٢٥٧	٥٠
الإجمالى	٣٣٩	١٥ ٤٫٩	١٧٠	١٠٠ ٣٣٫٧	٥٠٩	١٠٠

جدول رقم (٢٠)

العلاقة بين الموقع الجغرافي وقضاء وقت الفراغ

الموقع	وجه بحرى المنوفية				وجه قبلى				الإجمالى	
	مناوهلة		كفر مناوهلة		أبوجرج		المودة			
التصور	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
فى الدردشة	٨	٥ ٢	٨	١٠ ٢	٢٠	٩ ٤	١	٤ ٢ر	٣٧	٧
فى مشاهدة التليفزيون	٢٩	١٧ ٦	٢٤	٣٠ ٥	٧٠	٣٠ ١٤	٨	٣١ ٢	١٣١	٢٦
فى الاستماع للراديو	٢٥	١٥ ٥	٧	٨ ١	١٧	٧ ٣	٢	٨ ٤ر	٥١	١٠
فى قراءة الجرنال	١٦	١٠ ٣	–	–	١١	٥ ٢	١	٣ ٢ر	٢٨	٦
فى مشاهدة الفيديو	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
فى الاستماع للتسجيل	٢	١	٣	–	–	–	–	–	٥	١
أخرى	٨٩	٥٢ ١٨	٣٩	٤٨ ٨	١١٣	٤٩ ٢٢	١٥	٥٤ ٣	٢٥٧	٥٠
الإجمالى	١٦٩	١٠٠	٨١	١٠٠	٢٣١	١٠٠	٢٨	١٠٠	٥٠٩	١٠٠

كا٢ = ٣٥٠١٥

مستوى معنوية = ٢٣٠٠٠ر

جدول رقم (٢١)

العلاقة بين الموقع الجغرافى ورأى القرويين فى إمكانية الاستغناء عن الراديو

الموقع	وجه بحرى المنوفية				وجه قبلى				الإجمالى	
	مناوهلة		كفر مناوهلة		أبوجرج		المودة			
الرأى	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
لاتستطيع الاستغناء عنه	١٥٤	٩١ ٣٠	٧٢	٨٢ ١٤	١٩٥	٦٩ ٣٨	١٨	٨٤ ٤	٤٣٩	٨٦
تستطيع الاستغناء عنه	٩	٥ ٢	٣	٤ ١	١٨	١٢ ٤	٣	٨ ١	٣٢	٧
تستطيع الاستغناء عنه لفترة	٢	١ ٤ر	١	١ ٢ر	٦	١٢ ١	٣	٣ ١	١٢	٢
فيه ناس تستطيع وناس لا	٥	٣ ١	٦	٧ ١	١٢	٨ ٢	١	٥ ٢	٢٦	٥
الإجمالى	١٧٠	١٠٠	٨٢	١٠٠	٢٣١	١٠٠	٢٦	١٠٠	٥٠٩	١٠٠

كا^{٢} = ١٧٠٩٤

مستوى معنوية = ٠٤ر٠

جدول رقم (٢٢)

العلاقة بين المهنة والمصدر الاكثر إفادة للقرويين فى موضوع السفر

المهنة / المصدر	فلاح ك	فلاح ٪	حرفى ك	حرفى ٪	تاجر ك	تاجر ٪	موظف ك	موظف ٪	مهنى ك	مهنى ٪	عامل ك	عامل ٪	طالب ك	طالب ٪	غير مبين ك	غير مبين ٪	الإجمالى ك	الإجمالى ٪
من الراديو	٢٤	٨ ٤ر٨	١	٥ ٢ر	–	–	٣	٦ ٦ر	١	٤ ٢ر	١	٢ ٢ر	٢	٦ ٤ر	–	–	٣٢	٤ر٦
من التليفزيون	٨٥	٢٩ ١٦ر٨	٦	٢٩ ١ر٢	٣	٢١ ٦ر	٢	٤ ٤ر	٦	٢٤ ١ر٢	٢٠	٣٠ ٤	١٦	٤٦ ٣ر٢	–	–	١٣٨	٢٧ر٤
من الجرائد	١٣	٣٨ ٢٢ر٤	٨	٣٨ ١ر٦	٣	٢١ ٦ر	٢٦	٥٥ ٥ر١	١٢	٤٨ ٢ر٤	٢٦	٣٩ ٥ر١	١٤	٤٠ ٢ر٨	١	١٠٠ ٢ر	٢٠٣	٤٠ر٢
الحاجات دى مابتفدش هنا فى الموضوع ده	٦٩	٢٣ ١٣ر٧	٥	٢٣ ١ر	٨	٥٧ ١ر٦	١٥	٣٢ ٣	٨	٢٤ ١ر٢	١٦	٢٤ ٣ر٢	٥	٨ ٦ر	–	–	١٢٢	٢٤ر٣
من الأقارب	٥	٢ ١ر	١	٥ ٢ر	–	–	١	٢ ٢ر	–	–	٣	٥ ٦ر	–	–	–	–	١٠	٢ر
الإجمالى	٥	٢ ١ر	٢١	١٠٠ ٤ر٢	١٤	١٠٠ ٢ر٨	٤٧	١٠٠ ٩ر٣	٢٧	١٠٠ ٤ر٩	٦٦	١٠٠ ١٣ر٣	٣٧	١٠٠ ٦ر٩	١	١٠٠ ٢ر	٥٠٩	١٠٠

كا٢ = ٩٠ر٤١

العلاقة دالة عند ٠٥ر

جدول رقم (٢٣)

العلاقة بين النوع ودرجة إقرار القرويين بحدوث لقاءات الجمعية بالقرية

النوع / درجة التعرض	ذكر ك	ذكر ٪	أنثى ك	أنثى ٪	إجمالى ك	إجمالى ٪
نعم	٩٩	٢٩ ١٩ر٥	٢٦	١٥ ٥ر١	١٢٥	٢٤ر٦
لا	٢٣٩	٧١ ٤٧	٤٥	٨٩ ٢٨ر٣	٢٨٤	٧٥ر٤
الإجمالى	٣٣٨	١٠٠ ٦٦ر٥	١٧٠	١٠٠ ٣٣ر٥	٥٠٩	١٠٠

كا٢ =١١ر٢

العلاقة دالة عند ٨٠٠ر٠

جدول رقم (٢٤)

العلاقة بين النوع ودرجة حضور القرويين لقاءات الجمعية

النوع / درجة التعرض	ذكر ك	ذكر ٪	أنثى ك	أنثى ٪	إجمالى ك	إجمالى ٪
نعم	٧٤	٧٣ ٥٧ر٨	١٠	٣٧ ٧ر٨	٨٤	٦٥ر٦
لا	٢٧	٢٧ ٢١ر١	١٧	٨٣ ١٣ر٣	٤٤	٣٤ر٤
الإجمالى	١٠١	١٠٠ ٧٨ر٩	٢٧	١٠٠ ٢١ر١	١٢٨	١٠٠

كا٢ =٤١ر٠٩

العلاقة دالة عند ٥٠ر٠

جدول رقم (٢٥)

العلاقة بين المهنة ومدى حضور القرويين لقاءات الجمعية التى تعقد بالقرية

المهنة	فلاح		حرفى		تاجر		موظف		مهنى		عامل		طالب		الإجمالى	
البدائل	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نعم	٤١	٦٢ ٣٢	١	٢٥ ٨ر	٣	١٠٠ ٢ر٣	١٣	٨٧ ١٠ر٤	٥	٨٣ ٣ر٩	١٧	٧٧ ١٣ر٣	٤	٣٣ ٣ر١	٨٤	٦٥ر٦
لا	٢٥	٣٨ ١٩ر٥	٣	٧٥ ٢ر٣	–	–	٢	١٣ ١ر٦	١	١٧ ٨ر	٥	٢٣ ٣ر٩	٨	٦٧ ٦ر٣	٤٤	٣٤ر٤
الإجمالى	٦٦	١٠٠ ٥١ر٦	٤	١٠٠ ٣ر١	٣	١٠٠ ٢ر٣	١٥	١٠٠ ١١ر٧	٦	١٠٠ ٤ر٧	٢٢	١٠٠ ١٧ر٢	١٢	١٠٠ ٩ر٤	١٢٨	١٠٠

مستقبل القرية المصرية

فعاليات بناء الاتصال فى القرية المصرية

الواقع والتصور المستقبلى

التقرير الثانى

رقم الإيداع ٧٠١٢ / ١٩٩٥

977-5115-67-1

المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية